



## **Digital360 lancia MarTech360, la nuova piattaforma software di marketing automation per le PMI**

(ANSA) Digital360 S.p.A., società quotata sul mercato AIM Italia – Mercato Alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A., lancia MarTech360, una piattaforma software di marketing automation per permettere alla PMI di realizzare in modo semplice e flessibile campagne di inbound marketing, integrabili con un'ampia gamma di servizi di digital marketing e lead generation grazie alle sinergie con il Network di portali di Digital360. La piattaforma è stata sviluppata da Digital360 sulla base del software open source Mautic, estendendone e customizzandone le funzionalità (dalla generazione di contenuti alla creazione di reportistica sui risultati delle campagne) per fornire tutti i servizi necessari a generare lead, fidelizzare i clienti, massimizzare l'efficacia delle azioni di marketing e misurarne gli effetti. Nativamente integrata con Wordpress, principale software per la gestione di blog e content management system, i servizi di MarTech360 saranno anche espandibili con l'integrazione delle attività di gestione dei social media, ottimizzazione sui motori di ricerca (SEO), realizzazione webinar. MarTech360 gira in cloud e viene proposta in modalità software-a-service (SAAS). MarTech360 sarà una componente chiave della innovativa offerta di Digital360 denominata "Marketing & Sales Engine", che è proposta alle imprese B2b in abbonamento per gestire in modo integrato tutte le attività di posizionamento online e di generazione di opportunità commerciali, dal content marketing al lead nurturing. La nuova offerta di servizi di marketing automation si affianca a quella già erogata attraverso HubSpot, che verrà indirizzata maggiormente verso le imprese più grandi. Digital360, infatti, si è posizionata al primo posto tra i partner EMEA di Hubspot per la generazione di ricavi ricorrenti mensili tra gli utilizzatori nel biennio 2018-2019. "MarTech360 è pensata per fornire alle PMI che si avvicinano alla marketing automation una piattaforma semplice, flessibile e completa di numerose funzionalità ma a un costo sostenibile - spiega Raffaello Balocco, Amministratore Delegato di Digital360 -. Sviluppata grazie all'esperienza maturata in oltre 70 progetti di marketing automation negli ultimi 12 mesi e ulteriormente ampliabile con sempre nuove funzionalità, la piattaforma apre nuove opportunità di business, potendo valorizzare al meglio la sinergia con il nostro network editoriale e l'ampia gamma di servizi del Gruppo".