

# COSA SONO LE SOCIETÀ DATA - DRIVEN?

Matteo Telentinis



# CHI SONO





# DATA - DRIVEN

(GUIDATI DAI DATI)

# A COSA SERVONO I DATI?



# A PRENDRE DECISIONI

# Data - Driven

Essere Data-Driven significa farsi guidare dai numeri, avere un approccio basato sui dati, per prendere decisioni informate, basate su fatti oggettivi e non su sensazioni personali.



# 2 TIPOLOGIE DI AZIENDE





# IN FUNZIONE DEL FARE

# MODUS OPERANDI

1° STEP: FARE LA STRATEGIA

2° STEP: GUARDARE I DATI



# IN FUNZIONE DELL'OBIETTIVO

# MODUS OPERANDI

1° STEP: ANALIZZARE I DATI

2° STEP: STRATEGIA

# COS'È UN OBIETTIVO?

# DEVE ESSERE: S.M.A.R.T.

- **S = SPECIFIC (SPECIFICO)**
- **M = MEASURABLE (MISURABILE)**
- **A = ACHIEVABLE (RAGGIUNGIBILE)**
- **R = REALISTIC (REALISTICO)**
- **T = TIME-BASED (TEMPORIZZABILE)**

# LE AZIENDE BASATE SUL FARE DICONO:



**“DEVO FARE PIÙ  
FATTURATO”**

# **LE AZIENDE BASATE SULL'OBIETTIVO DICONO:**

# OBIETTIVO 2025:

- AUMENTO DELLE ISCRIZIONI
- INCREMENTO DEL 12,5% RISPETTO AL 2024
- RISORSE PREVISTE: XXX (BUSINESS PLAN)
- AZIONI PREVISTE: XXX (ACTION PLAN)
- TEMPO: 12 MESI

# DA DOVE SI PARTE?



# DAL TARGET

# BUYER PERSONAS

- GEOLOCAZZIAZIONE
- FASCE DI ETÀ
- POTERE D'ACQUISTO
- INTERESSI
- GIOVANI/SINGLE/SPOSATI/FAMIGLIE

# DATA BASE

- **SCONTRINO MEDIO**
- **TIPO DI ABBONAMENTO**
- **FIDELIZZAZIONE**
- **UP-SELL VS CROSS-SELL**
- **GIOVANI/SINGLE/SPOSATI/FAMIGLIE**

# CENTRI DI INTERESSE

- SPONSOR
- SCUOLE
- ATLETI PROFESSIONISTI
- CONVENZIONI
- PARTNERSHIP





**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE**