

Trwająca od kilkunastu lat rewolucja technologiczna, ogromna penetracja internetu a także technologie mobilne stworzyły zupełnie nowego konsumenta. Konsumenta, który oprócz tego, że zmienił swój sposób podejmowania decyzji zakupowych, pozostawia po sobie tysiące śladów na stronach internetowych, w aplikacjach mobilnych, mapach oraz w systemach transakcyjnych. Nowy konsument i dane, które można o nim gromadzić przeddefiniowało również rolę marketingu i postawiło przed współczesnymi marketerami niezwykle wyzwania, których opanowanie wymaga nie tylko odpowiednich narzędzi technologicznych ale również nowego rodzaju wiedzy.

„Rewolucja z Marketing Automation” przeprowadza czytelnika przez innowacyjną technologię marketingu online, opartego na:

- zbieraniu i przetwarzaniu dużej ilości danych nt. użytkowników,
- dostarczaniu spersonalizowanych wiadomości we wszystkich kanałach w czasie rzeczywistym,
- automatyzacji procesów,
- usprawnianiu komunikacji między działami marketingu i sprzedaży.

Co wyróżnia książkę?

-Case studies: publikacja ilustrowana przykładami wdrożenia poszczególnych rozwiązań w funkcjonujących na naszym rynku przedsiębiorstwach.

-Aktualna i atrakcyjna tematyka: rynek Marketing Automation rozwija się bardzo dynamicznie – zarówno w Polsce, jak i na świecie. Obecnie już 142 700 firm korzysta z tych rozwiązań, a wartość rynku wynosi 1,6 miliarda dolarów.

-Praktyczny charakter: bogata w przykłady zastosowań oraz ilustracje działania systemu, stanie się przydatnym kompendium dla marketerów szukających przewodnika po technologiach Marketing Automation.

-Odpowiednia zarówno dla początkujących i zaawansowanych: stopniowo buduje wiedzę o Marketing Automation: od podstaw po rozwiązania zaawansowane i nowatorskie.

O AUTORZE:

Grzegorz Błażewicz – Założyciel i Prezes Zarządu SALESmanago Marketing Automation, pierwszej w Polsce i jednej z pierwszych w Europie platform automatyzacji marketingu, z której dziś korzysta 5000 firm w 40 krajach świata.

Posiada ponad 15 lat doświadczenia w polskiej międzynarodowej branży marketingowej. Swoją karierę zawodową rozpoczynał w agencjach marketingowych w Nowym Jorku i Londynie. Przez 6 lat pełnił funkcję Dyrektora Marketingu Grupy Kapitałowej Comarch.

W 2006 roku został mianowany Prezesem Zarządu Interia.pl, największego portalu Internetowego w Polsce, który zatrudniał wtedy ponad 250 osób i był notowany na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Błażewicz jako 30-latek był wtedy jednym z najmłodszych prezesów wśród spółek giełdowych w Polsce.

Od 5 lat jako przedsiębiorca zajmuje się tworzeniem oprogramowania dla działów marketingu.

Finalista konkursu Przedsiębiorca Roku EY 2014.