

Customer engagement: le aree di sfida

Selezioni, tra quelli elencati, le principali criticità poste nell'ingaggio del consumatore multicanale (più risposte possibili, in %)

Riunire in un unico recipiente i dati provenienti dalle fasi di vendita (in store ed e-commerce) con quelli di osservazione comportamentale dei clienti (es. da social media o dall'interazione con le dem)

Disporre di risorse umane dedicate all'analisi dei dati

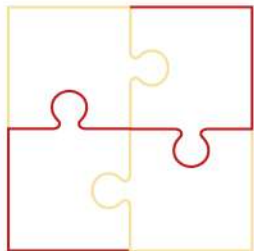
Comunicare con i clienti con offerte tailored e pertinenti nei tempi e nei linguaggi

Ragionare oltre i parametri socio-demo dei clienti, e organizzandoli in gruppi dinamici, che mutino nel tempo in relazione ai loro comportamenti di acquisto

Coniugare l'opportunità di personalizzare l'offerta, con la rigidità dell'offerta commerciale e dei suoi modelli

Al primo posto

Riunire insieme i dati



Al secondo posto

RU dedicate all'analisi del dato

