

DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DI INFORMATICA E BUSINESS TECHNOLOGY

Gianluca Busco Arrè

COVER STORY

Da Panda Security a Cytomic Cybersecurity ad ampio spettro

Lara Del Pin

La strategia marketing one to one con i consumatori è possibile?

Vi racconto come lo facciamo con More CRM

La profonda modifica delle abitudini di acquisto e dei comportamenti dei consumatori ha richiesto al retailer la gestione di un rapporto più complesso con il proprio cliente. Il consumatore ora effettua gli acquisti tra negozio fisico e digitale, spesso con discontinuità, ma si aspetta una customer experience coerente tra i diversi canali, e l'erogazione di servizi personalizzati che superino l'acquisto di un semplice prodotto. Di pari passo si sono modificate le strategie di marketing e di fidelizzazione da parte dei retailer.

Per questa ragione i software di CRM che inizialmente aiutavano i retailer a conoscere e a classificare i consumatori, hanno subito una vera e propria "ri-evoluzione": non si occupano più solo di cluster di clienti, magari fidelizzati, ma costruiscono e gestiscono le relazioni con tutti i consumatori. Il CRM tradizionale si arricchisce di funzioni che consentono una interazione immediata e semplice fra il retailer e il cliente, utilizzando strumenti oggi di uso comune, come App, smartphone, tablet e totem. La soluzione More CRM di Di.Tech supporta i retailer nell'ottimizzazione dei loro processi di customer relation, con lo scopo di attuare una strategia integrata di contatto con i consumatori e compiere un passo avanti nel percorso di digital transformation dell'impresa.

More CRM nasce con un duplice obiettivo.



Davide Tamburini
product manager More CRM di Di.Tech

Da una parte agevola l'operatività del personale di negozio, ad esempio centralizzando le logiche di business e promozionali con dati in tempo reale, ma anche in modalità off-line, sfruttando le potenzialità del motore promozionale e transazionale della barriera casse. Dall'altra fornisce al consumatore funzioni di consultazione e interazione, ad esempio rendendo disponibili gli estratti conto punti, o dando possibilità di scaricare coupon personalizzati.

La facilità di fruizione delle informazioni, resa possibile dall'utilizzo di strumenti mobile, consente il superamento da parte degli addetti

del backoffice dei limiti della postazione fissa, e rende simultaneamente disponibili all'interno del punto di vendita più touch point di contatto con il consumatore. Permette, dove richiesto, di delegare al consumatore azioni oggi gestite dagli addetti, come la prenotazione dei premi.

La soluzione CRM Di.Tech rende possibile la creazione di un legame esclusivo con il proprio cliente, "conoscerne le abitudini per riservargli azioni promozionali ad hoc", migliorando i tempi di azione e reazione. Con l'utilizzo della componente integrata di DIGITAL COUPONING, il retailer può effettuare iniziative promozionali personalizzate e mirate, riuscendo a ottimizzare i budget promozionali a disposizione.

Grazie alla disponibilità dell'analisi sulle abitudini di acquisto, il retailer conosce i propri clienti uno ad uno, può analizzare puntualmente azioni e reazioni e riservare per loro le migliori condizioni possibili.

L'obiettivo fondamentale di creare un legame duraturo con il consumatore, che sia basato su fiducia, continuità e servizio, è possibile utilizzando soluzioni come More CRM, che è specializzato in ambito retail, e consente di conoscere il proprio cliente e di riservargli un trattamento esclusivo, in linea con le esigenze espresse, ma anche redditizio e misurabile per l'impresa.

ditech
Improve your performance

<https://www.ditechonline.it/>