

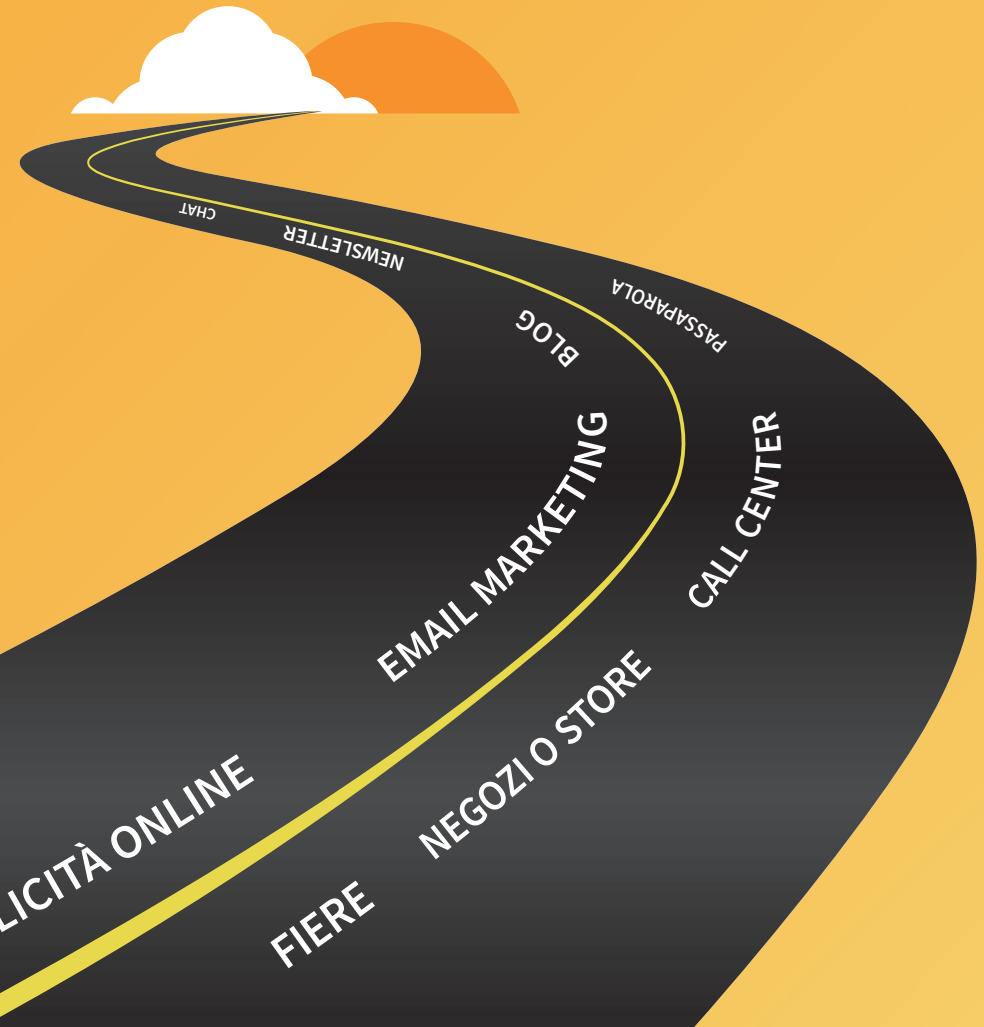


C-DIRECT
Consulting
CORPORATE

IL CUSTOMER JOURNEY

conoscere i vostri clienti e viaggiare con loro

produzione digital contenuti organizzazione tecnologia analisi awareness mapping fedeltà evaluation touch-point design redemption automazione a/b customer journey performance processi strategia sviluppo interesse opportunità



COS'È IL CUSTOMER JOURNEY

Il **customer journey** è il viaggio che ciascun consumatore affronta dal primo contatto con l'azienda fino alla decisione di acquisto e quindi l'inizio e il consolidamento della **relazione con il brand**.

Si parte dall'**awareness** (conoscenza del brand) per arrivare alla **retention** (o lealtà verso il brand) passando per l'interesse (**interest**), la valutazione rispetto ai competitor e alle caratteristiche del prodotto (**evaluation**) e la **decisione di acquisto** che funge da prova "sul campo".

Un potenziale consumatore può entrare in contatto con l'azienda attraverso una **molteplicità di touch point** sia **fisici** che **digitali**. Solitamente, i touch point sono relativi al punto del "viaggio" che sta svolgendo il consumatore. Diventa necessario **presidiare i touch point** e sviluppare azioni strutturate di coinvolgimento del lead o del cliente per portarlo ad essere **fedele** alla marca e per evitare il senso di "abbandono" da parte del brand.

COME POSSIAMO ESSERVI UTILI



ANALISI E STRATEGIA

As-is Analysis

Analisi e mappatura dei touchpoint digitali
Analisi e mappatura dei touchpoint tradizionali
Focus sui canali online e sul sito web aziendale
Aspetti organizzativi, processi, sistemi
Esigenze di business, aree critiche, opportunità

Proposta evolutiva

Strategia e priorità per il Customer Journey
Piano d'azione per canale, contatto, processo
Workflow per singolo touchpoint
Piattaforma tecnologica: scelta e personalizzazione
Roadmap di progetto



PRODUZIONE E DESIGN DEI PROCESSI

Design dei processi di automatizzazione

Creazione dei workflow per la marketing automation

Implementazione dei form sui canali online

Creazione dei contenuti coerenti con touch point, tipologia di contatto e fase di customer journey

Sviluppo del design



AFFIANCAMENTO OPERATIVO

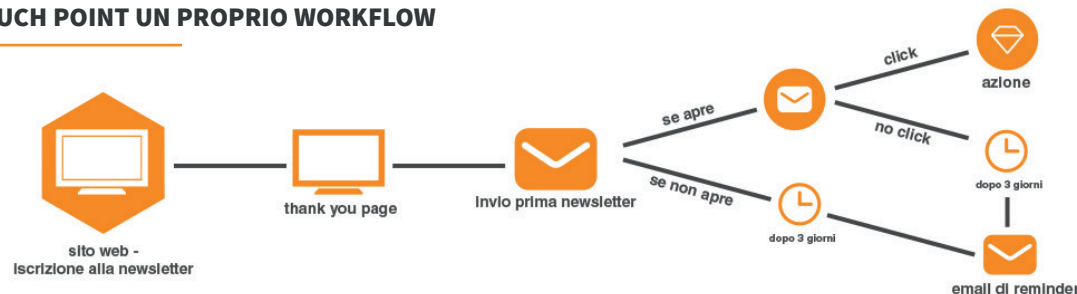
Analisi delle Performance e dei KPIs

Miglioramento di flussi e messaggi

A/B Test

Proposte di contenuti aggiuntivi

PER OGNI TOUCH POINT UN PROPRIO WORKFLOW



6 RAGIONI PER SFRUTTARE IL CUSTOMER JOURNEY

Le aziende che hanno un programma di gestione del customer journey ottengono, ogni anno, rispetto alle aziende che non lo curano:



C-DIRECT CONSULTING

C-Direct Consulting offre da diversi anni servizi di consulenza, project management, formazione, data analysis nelle principali aree in cui la relazione con il cliente e la sua conoscenza assumono un ruolo strategico:

CRM, Digital & Social Media Marketing, Customer Journey Automation, Lead & Opportunity Management, Customer Experience, Marketing Relazionale Multicanale.

Per viaggiare assieme ai propri clienti bisogna avere una **visione strategica di medio-lungo periodo** ben definita e trasversale alle aree aziendali, ai processi relazionali, ai canali di contatto, ai diversi sistemi tecnologici. Senza tutto questo il risultato rischia di essere un **cliente che viaggia tra i diversi silos dell'azienda**.

La nostra metodologia di lavoro consiste nel **calarci nella realtà operativa** dei nostri clienti e nelle dinamiche aziendali interne, apportando una visione strategica esterna che consenta di fare **scelte efficaci**. L'obiettivo è intervenire concretamente per **gestire il Customer Journey e il CRM dei nostri clienti**, abbattendo i silos aziendali.