

## PERSONALIZZAZIONE dei CLIENTI

McKinsey suggerisce cinque blocchi tecnologici per costruire la crescita, guidata dai dati, della personalizzazione dei clienti. Si tratta di usare analitiche avanzate, pronte all'uso e agili, per ottimizzare ogni passo del cammino del cliente. I cinque blocchi sono i seguenti:

- Identificazione delle opportunità
- Rapida attivazione e ottimizzazione scalare
- Tecniche di mercato e approntamento dei dati
- Agile modello operativo
- Creazione di competenze

I cinque concetti devono essere applicati in base alle seguenti attività:

### **Gestione dei dati**

Visione a 360 gradi

Individuazione dell'identità

Creazione di un contatto dinamico

### **Decisioni**

Analitiche comportamentali e previsioni

Capacità unica di decisioni

Gestione dei collegamenti

### **Progetto**

Asset centralizzati

Individuazione delle primarie caratteristiche

Modellizzazione

### **Distribuzione**

Creazione di una rilevante e coerente esperienza

Attivazione di dati prevalenti

Programmi di veloci test e di apprendimento

### **Misure**

Accurate misure in tempo reale delle prestazioni di tutti i canali

Rilievi automatizzati

Analitiche di alta fedeltà

Commenti

Il marketing sta muovendo tecnologicamente i suoi passi attraverso nuove sfide di maturazione, quali l'accesso e l'attivazione dei dati del cliente e la presa nei suoi confronti di decisioni univoche da parte di tutti i canali. In altri termini, la conoscenza approfondita del cliente e il suo servizio devono essere parte comune di tutte le funzioni aziendali e non limitati alle sole vendite. L'apporto tecnologico potrebbe sostenere efficacemente la volontà e la disponibilità di tutta l'azienda all'approccio globale.