



OBBIETTIVI AZINDALI

- **Aumento del tasso di conversione per Prospect e Lead**

Semplificare il processo di acquisto, offrire più garanzie e rassicurazioni ai clienti, utilizzare la prova sociale e creare offerte convenienti.

- **Strategia di Advocacy per i clienti**

Mantenere il contatto con i customer, fare regali inaspettati ai nuovi clienti, proporre delle offerte esclusive per i clienti più affezionati al brand e creare una campagna apposita per l'Advocacy.

Inoltre, ancora prima dei due punti sopra elencati, sarà fondamentale un generale miglioramento del CRM, vediamo come: