

SEGMENTARE I CLIENTI

Approfondiamo il concetto spiegato nelle slide precedenti, ma che reputo giusto sottolineare in quanto ***passaggio estremamente importante***. Ricordiamoci che per offrire un'esperienza migliore, sia ai nostri potenziali clienti, che ai customer che abbiamo intenzione di fidelizzare, dovremo attuare un'***operazione di targhettizzazione ben specifica***.

Questo discorso vale per ***tutto***, sia per i social, che per gli altri canali, come le email. Quindi dovremo creare delle campagne con pubblici ben specifici, servendoci ovviamente delle ***automazioni***, che invieranno le mail e mostreranno le inserzioni appena il customer effettuerà un'azione specifica o quando si ritroverà nella posizione migliore per vederle. Targhettizzando al massimo i clienti, la possibilità di conversione si alzerà notevolmente, in quanto ***proporremo l'offerta più opportuna per il potenziale cliente***.

Non sarebbe sensato mandare la stessa offerta ad un lead che ancora deve acquistare il prodotto e a un cliente già fidelizzato, quindi creeremo delle offerte specifiche per entrambi i clienti.

