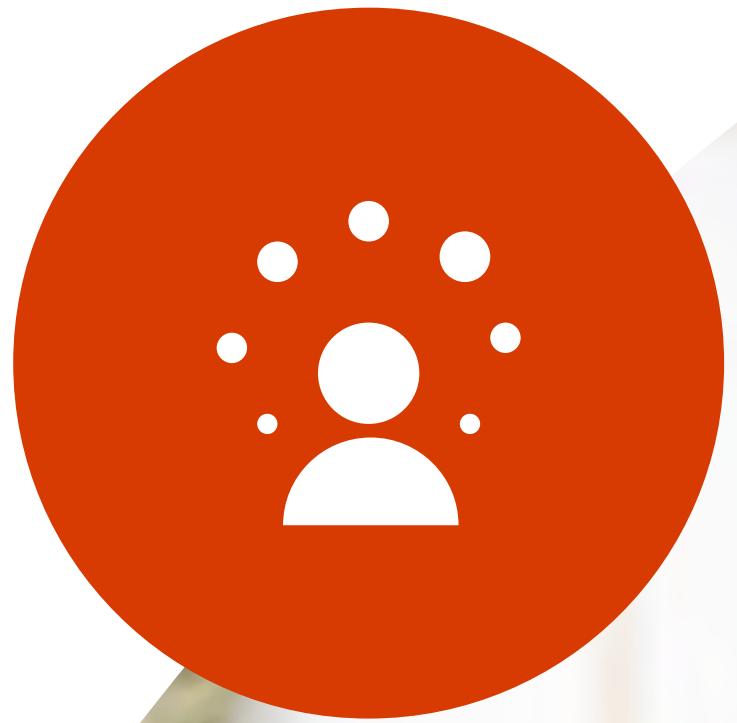




# Migliora l'esperienza cliente

Orchestra customer journey personalizzati  
in tutti i punti di contatto per rafforzare  
le relazioni e fidelizzare i clienti





Le aziende possono agevolare [il digitale] con un passaggio fondamentale da una definizione di personalizzazione tradizionale a una che implica un dialogo più interattivo.<sup>1</sup>

- Accenture

## Il mondo è cambiato. Ti serve una nuova strategia.

I cambiamenti epocali nel panorama del business globale stanno forzando un ripensamento delle ipotesi di lunga data e apre la strada a nuove opportunità.

I responsabili del marketing e dell'esperienza cliente sono consapevoli del fatto che non è più sufficiente provare a stabilire una relazione con i clienti seguendo un processo lineare basato sulla messaggistica potenziata. Il futuro del marketing è incentrato su percorsi orchestrati, iperpersonalizzati in grado di **migliorare l'esperienza cliente**. I percorsi migliori consentiranno di recapitare messaggi in tempo reale, incentrati su eventi o momenti orientati al cliente.

# Crea interazioni veramente personalizzate

Secondo un report di Accenture, consentire ai clienti di stabilire i propri percorsi di acquisto è la chiave per una personalizzazione di successo.<sup>1</sup> Le aziende sono impegnate ad acquisire una conoscenza più approfondita dei loro clienti e a utilizzare quanto hanno appreso per sviluppare messaggi ipersonalizzati, su misura. Inoltre viene data sempre maggiore enfasi alla conquista e alla fidelizzazione di clienti di valore a lungo termine.

Entrambi i cambiamenti sono supportati da maggiori investimenti nell'automazione per aumentare l'uso efficace delle origini dati e delle analisi. La campagna di marketing orientata all'esterno si sta trasformando in un ciclo comunicazione-azione in cui i messaggi di marketing, i tempi e il canale di recapito e la risposta del cliente generano tutti informazioni in grado di migliorare il coinvolgimento successivo.

Il coinvolgimento sta cambiando. Si concentra sulle esperienze dei clienti e assume la forma di percorso basato su eventi, in tempo reale. In un periodo di crisi, i customer journey possono essere certi della loro direzione: l'ipersonalizzazione basata sulle interazioni e sulle preferenze dei clienti per rafforzare la relazione attraverso tutti i punti di contatto.





## Promuovi interazioni personalizzate con l'orchestrazione dei customer journey in tempo reale

Microsoft Dynamics 365 Marketing consente di coinvolgere i clienti in tempo reale. Grazie alle sue funzionalità avanzate, le aziende possono orchestrare i customer journey che sfruttano la comprensione approfondita e le informazioni dettagliate dei clienti, la conoscenza delle preferenze e dei comportamenti dei clienti e la capacità di monitorare e gestire il percorso in tutti i punti di contatto fisici e digitali. Questi strumenti migliorano la capacità di un'azienda di creare solide relazioni con tutti i clienti o gli account e offrono comunicazioni pertinenti nei canali preferiti, molti dei quali sono supportati tramite l'intelligenza artificiale.

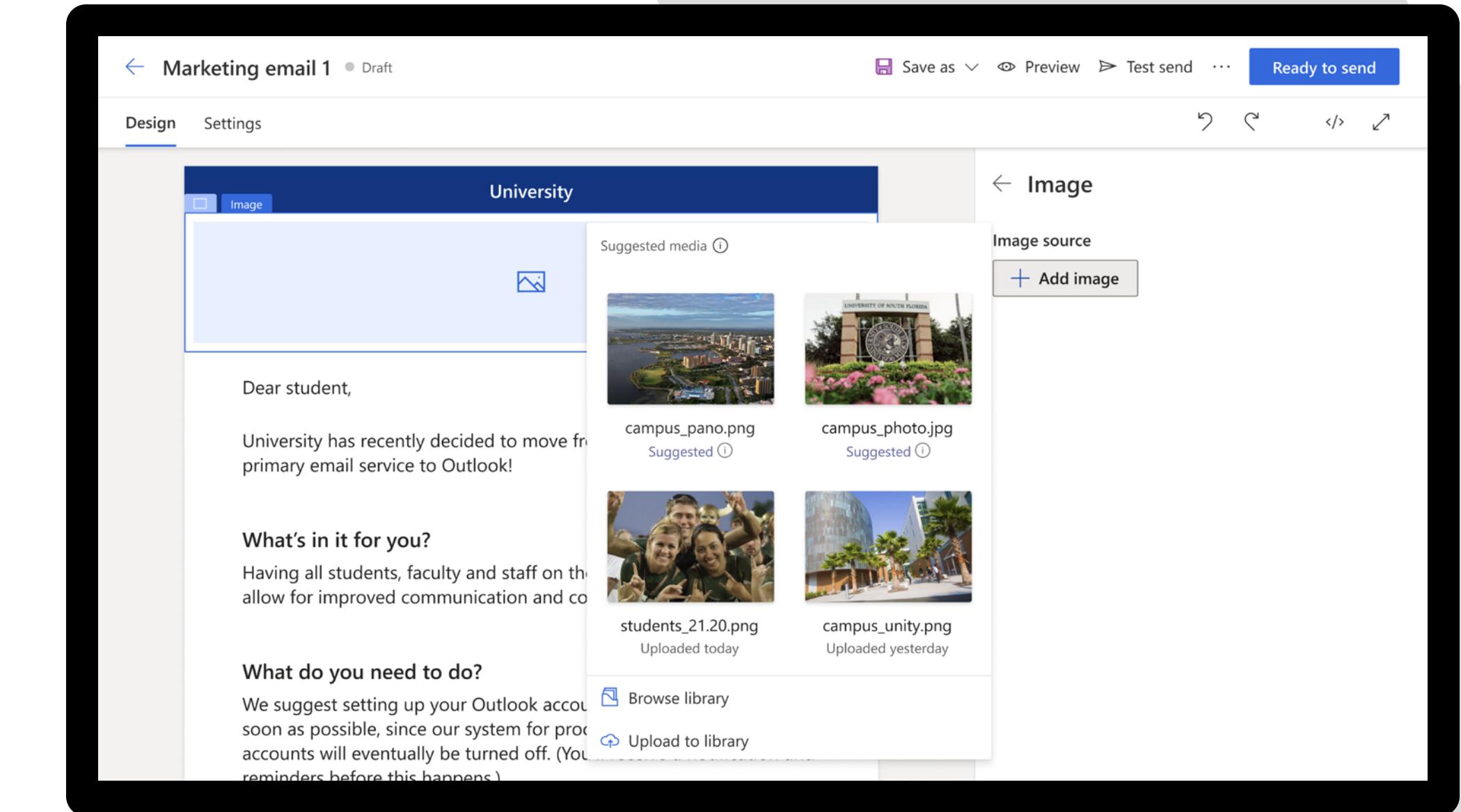
# Personalizza le esperienze dei clienti, i messaggi e i canali con l'intelligenza artificiale

La comunicazione personalizzata con i clienti deve prendere in considerazione la gamma di esperienze che i clienti hanno con un'azienda. Dynamics 365 Marketing utilizza l'intelligenza artificiale per determinare a quale canale (e-mail, SMS o notifiche push) sarà più aperto il cliente. Gli utenti aziendali di questa applicazione possono inoltre attingere a una nuova libreria di contenuti basati sull'intelligenza artificiale per selezionare gli elementi di contenuto più adatti al cliente.

## Punta sulle opportunità migliori. Dynamics 365 Marketing supporta:

- Orchestrione in tempo reale dei customer journey.
- Trigger dei percorsi basati su eventi e orientati al cliente.
- Raccomandazioni basate sull'intelligenza artificiale per canali e contenuti.
- Maggiore integrazione con Microsoft Teams per crescere i partecipanti al webinar e alla riunione.
- Funziona bene con la piattaforma di dati clienti di Microsoft, Dynamics 365 Customer Insights.
- Raccolta di commenti dettagliati con i sondaggi di Dynamics 365 Customer Voice.
- Sviluppo della fiducia dei clienti con una piattaforma sicura, unificata e adattabile.

Tutto ciò ti aiuta a conquistare i clienti e a fidelizzarli.



Una libreria di contenuti utilizza l'intelligenza artificiale per consigliare immagini e testo coinvolgenti. L'intelligenza artificiale aiuta inoltre a indirizzare i messaggi verso il canale migliore.

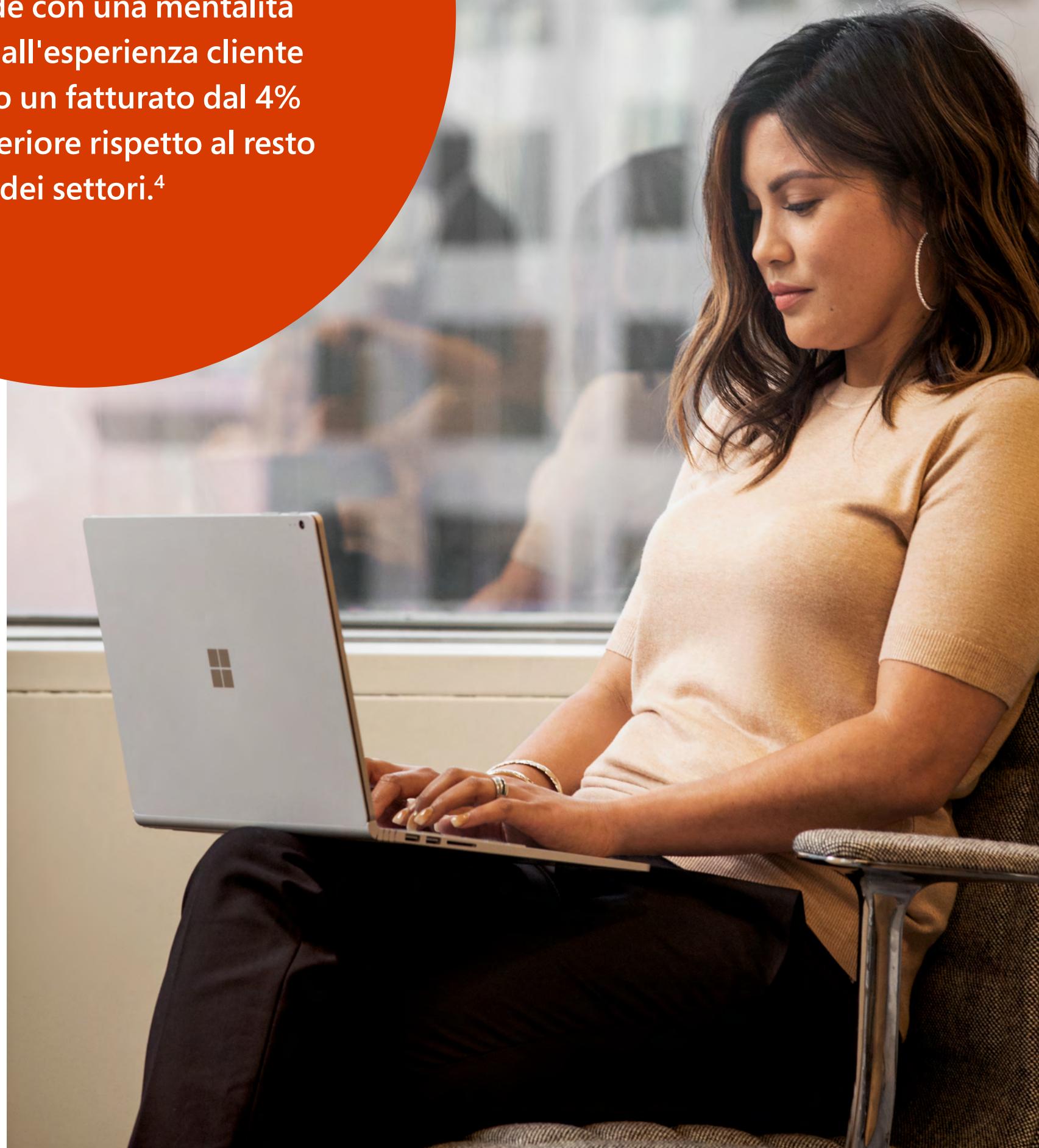
# Esperienze apprezzate dai clienti

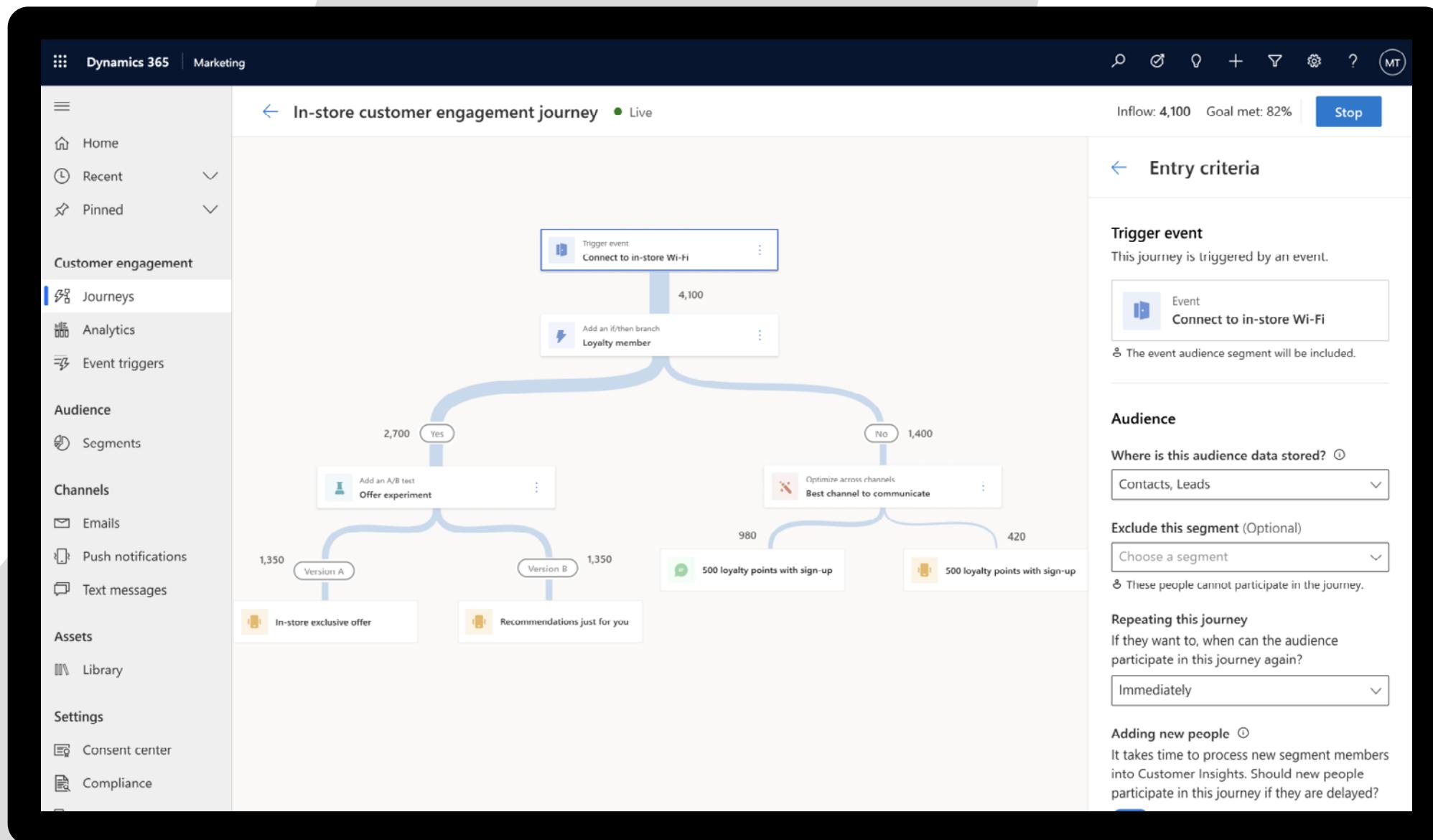
Forse, fattore ancora più significativo a lungo termine, l'iperpersonalizzazione e la creazione di relazioni che offrono customer journey orchestrati efficaci comportano una forte approvazione da parte dei clienti. La ricerca di Epsilon ha determinato che l'80% dei clienti ha maggiori probabilità di fare business con un'azienda se questa offre loro esperienze personalizzate.<sup>2</sup>

Come indica un report del Boston Consulting Group, "è difficile sviluppare programmi validi per i customer journey". Ma quando vengono sviluppati bene, hanno un impatto notevole.<sup>3</sup> I programmi per i customer journey possono migliorare i punteggi di customer advocacy da 20 a 40 punti, ridurre i costi dal 15% al 25% e aumentare i ricavi dal 10% al 20%, secondo il report.<sup>3</sup>

**4%-8%**

Le aziende con una mentalità orientata all'esperienza cliente registrano un fatturato dal 4% all'8% superiore rispetto al resto dei settori.<sup>4</sup>





L'orchestrazione dei customer journey è fondamentale per raggiungere i clienti, crescerli e fidelizzarli.

# Ottimizza i customer journey

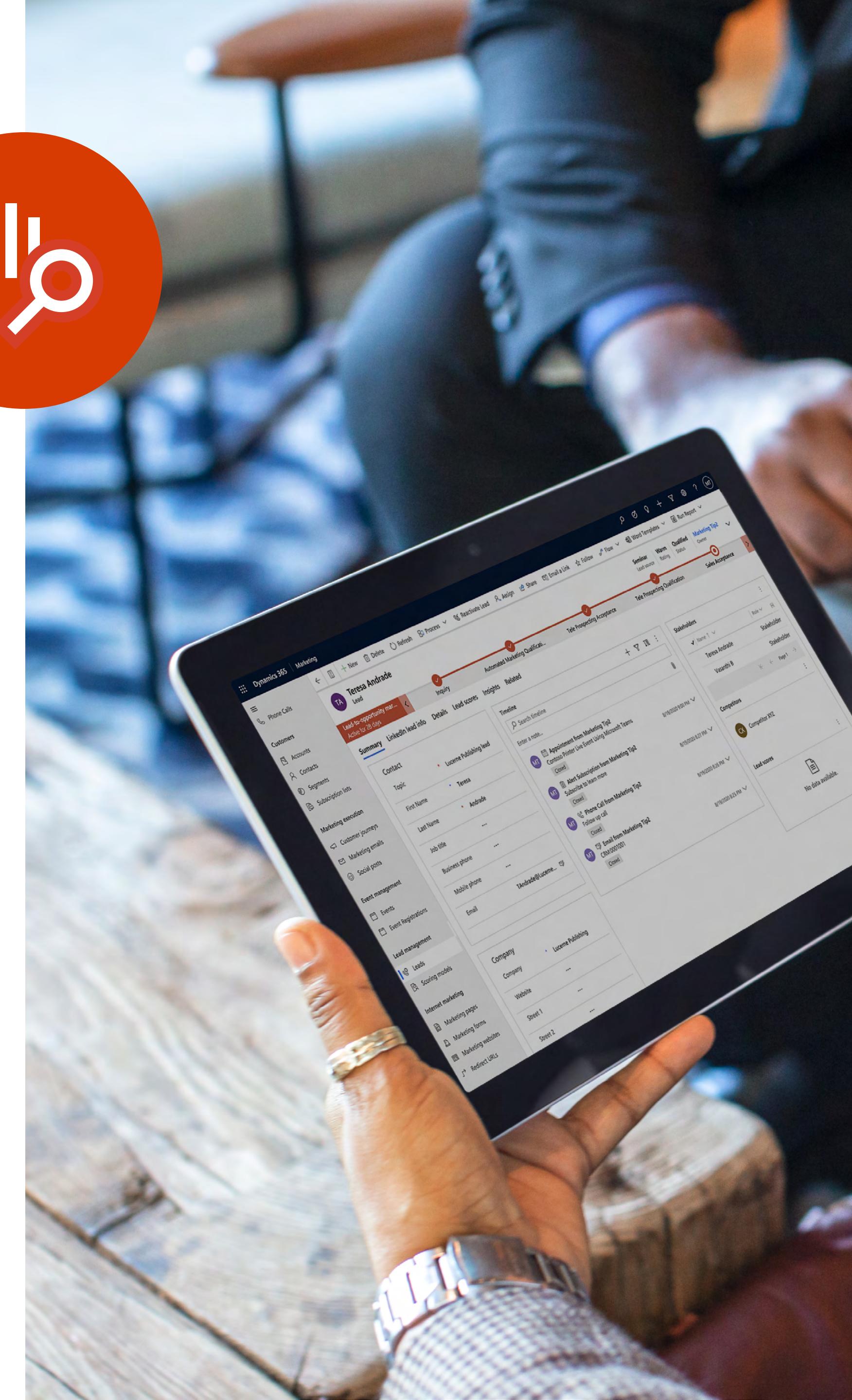
**Dynamics 365 Marketing** fornisce l'orchestrazione in tempo reale dei customer journey per aiutare le aziende a comprendere, orchestrare e coinvolgere meglio i clienti attraverso le diverse funzioni di marketing, vendite e assistenza.

Dynamics 365 Marketing ha una connessione diretta e univoca ai dati e alle informazioni dettagliate di **Dynamics 365 Customer Insights** e può utilizzare in modo dinamico i dati provenienti da più fonti e in continuo aggiornamento.

# Migliora il coinvolgimento

La tecnologia di marketing richiede notevoli quantità di dati per comprendere, orchestrare e coinvolgere i clienti su larga scala e in tempo reale. Più dati sono disponibili, maggiore è la probabilità di intervenire al momento giusto, nel modo giusto e di richiedere la migliore azione da intraprendere a seguire.

Il numero di punti di contatto per cliente e per percorso è in aumento. Secondo una ricerca di RAIN Group, una transazione comporta, in media, otto interazioni.<sup>5</sup> Un recente articolo di Think with Google ha analizzato quattro diversi percorsi dei consumatori e il numero di punti di contatto è passato da un minimo di oltre 20 a un massimo di oltre 500.<sup>6</sup> Acquisire i dati in tutti questi punti di contatto e assicurarsi che siano inseriti nella successiva interazione con il cliente utilizzando l'intelligenza artificiale avanzata è fondamentale.





## Progetta percorsi end-to-end

I customer journey orchestrati da Dynamics 365 Marketing si basano sulle interazioni in tempo reale a livello di e-mail, dispositivi mobili, social media, canali personalizzati e punti di contatto di persona. Raggiungono i clienti in modo personale, promuovendo una maggiore comprensione tra aziende e clienti per conquistare la fiducia di questi ultimi e fidelizzarli.

## Interagisci in tempo reale

Il passo successivo nell'efficacia del customer journey consiste nell'introduzione di risposte in tempo reale a eventi attivati dal cliente. L'intelligenza artificiale aiuta a seguire un percorso verso il perfezionamento continuo del messaggio, dell'offerta e del canale di interazione e contribuisce a condurre una sperimentazione dinamica per determinare il contenuto più adatto, il tutto a una velocità senza precedenti. Quando un'azienda può adattarsi rapidamente ad attivare eventi che indicano un cambiamento nell'interesse del cliente o segnalare una nuova attività, i clienti sanno di essere apprezzati.

**15%-20%**

Le aziende che utilizzano strumenti come le mappe dei customer journey riducono il costo dell'assistenza di una percentuale compresa tra il 15% e il 20%.<sup>7</sup>





**85%**

Le aziende che offrono una relazione emotiva con i clienti superano dell'85% la crescita delle vendite dei loro concorrenti.<sup>8</sup>

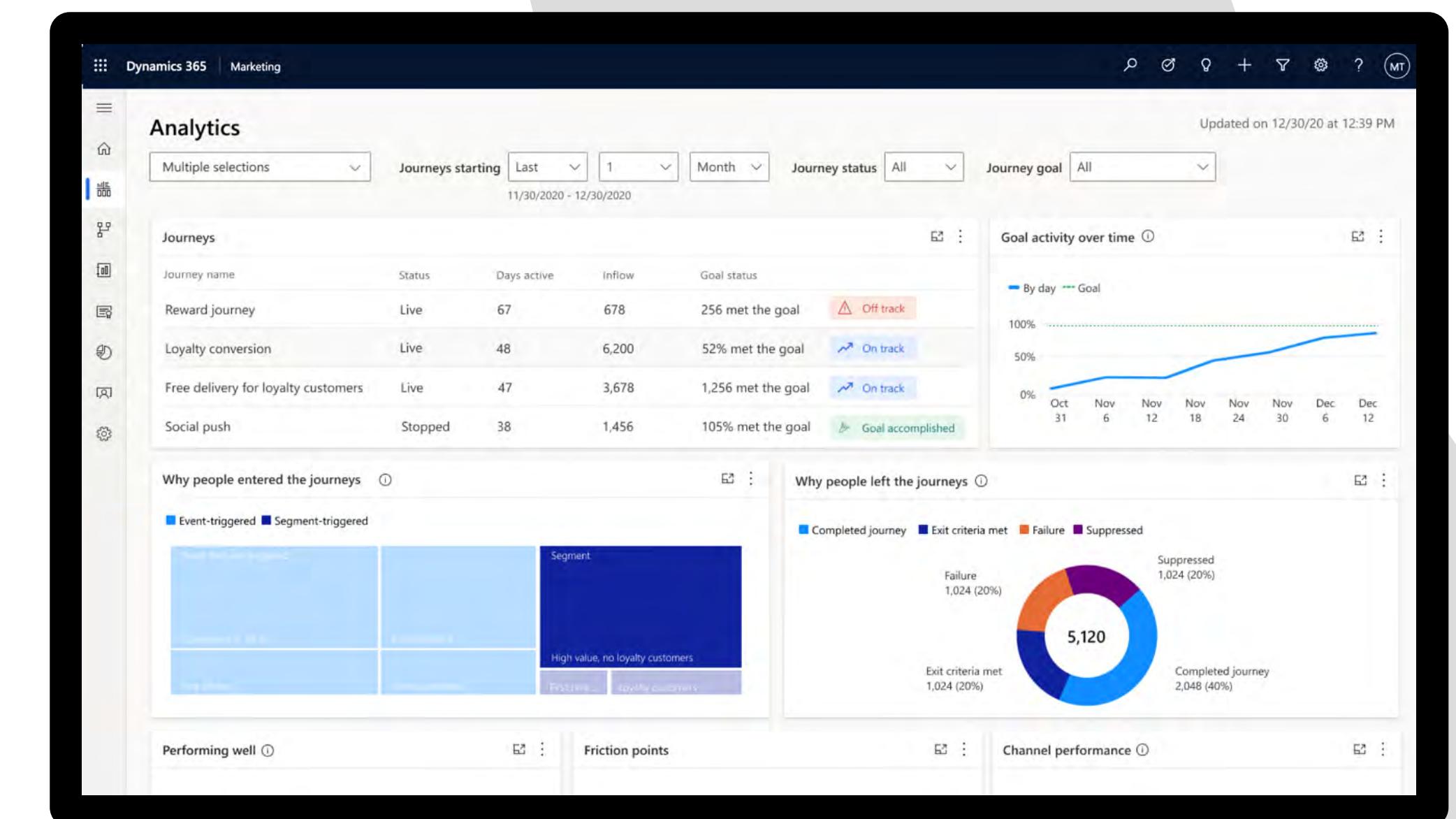
## Allinea le esperienze digitali e fisiche

Anche se il mondo sta vivendo un drastico cambiamento nel modo in cui le aziende comunicano e trattano con i clienti, è importante tenere presente che le interazioni fisiche sono ancora essenziali. Le aziende di marketing devono creare esperienze per i clienti simili per le interazioni digitali e di persona. Ciò comporta la condivisione dei dati dei clienti all'interno dell'azienda per offrire esperienze fluide e stimolare il coinvolgimento dei clienti.

# Usa l'analisi per monitorare e misurare il successo

L'attivazione della vendita e del marketing digitale semplifica la raccolta di dati per analisi sofisticate. Nell'ambito del processo di analisi, assicurati che il software per l'orchestrazione dei customer journey offre una serie di dashboard di analisi integrati e informazioni dettagliate tra i percorsi per migliorare l'efficacia dei percorsi e realizzare gli obiettivi aziendali.

Monitora in tempo reale i customer journey e gli indicatori KPI del canale e fornisci indicazioni per valutare le metriche delle performance per i messaggi e i canali. Un canale social è più efficace per un'interazione specifica? Le funzionalità di analisi attentamente progettate possono fornire la risposta.



Monitora i customer journey e gli indicatori KPI in tempo reale.

# Customer journey orchestrati: elementi essenziali per il successo

Le aziende devono recapitare i messaggi personalizzati che i clienti possono identificare in modo esplicito o implicito, ovvero il messaggio giusto, al momento giusto, usando il canale preferito dal cliente, per dimostrare di comprendere e di prendersi cura dei clienti. Una crescita forte e prolungata è un requisito costante per tutte le aziende. Ma nel mondo di incertezze di oggi, le aziende non devono solo raggiungere nuovi clienti, ma anche consolidare le relazioni con quelli esistenti.

Dimostrare un impegno verso i clienti è ora la prima priorità nelle aziende lungimiranti. I customer journey orchestrati in tempo reale e orientati ai clienti rappresentano la soluzione ideale per aiutare i clienti esistenti a passare da interazioni occasionali a interazioni abituali fino a diventare clienti fedeli dell'azienda.



A black man with a shaved head and glasses, wearing a dark sweater over a white collared shirt, is looking down at a computer screen. He is positioned on the left side of the image, which is partially obscured by a large white diagonal shape.

# Partecipa alla rivoluzione

Dynamics 365 Marketing sta rivoluzionando il modo in cui i reparti a contatto con i clienti, dal marketing alle vendite, al reparto commerciale e all'assistenza, possono creare esperienze coinvolgenti e di grande impatto. Questo percorso per migliorare le esperienze dei clienti è già in corso.



**Visita Dynamics 365 Marketing  
per saperne di più e iniziare**

© 2021 Microsoft Corporation. Tutti i diritti sono riservati. Il presente documento viene fornito "così com'è". Le informazioni e le opinioni espresse in questo documento, inclusi gli URL e altri riferimenti a siti Web, sono soggette a modifica senza preavviso. Qualsiasi rischio correlato all'uso del documento è a carico dell'utente. Questo documento non garantisce alcun diritto legale sulla proprietà intellettuale di nessun prodotto Microsoft. Il presente documento può essere copiato e utilizzato per uso interno e a scopo di riferimento.

## Fonti

---

<sup>1</sup> [Accenture](#)

<sup>2</sup> [Epsilon](#)

<sup>3</sup> [Boston Consulting Group](#)

<sup>4</sup> [Bain & Company](#)

<sup>5</sup> [RAIN Group](#)

<sup>6</sup> [Think with Google](#)

<sup>7</sup> [McKinsey & Company](#)

<sup>8</sup> [Gallup](#)