

Customer touch point là cửa sổ tương tác giữa người mua cá nhân và doanh nghiệp. Điều này bao gồm bất kì trao đổi nào, dù là trực tiếp hay thông qua các phương tiện kỹ thuật số.

Với các nền tảng phát triển nhanh chóng, các doanh nghiệp liên tục gặp khó khăn trong khi thống nhất các khách hàng tiềm năng. Với tính năng quản lý khách hàng dựa trên CRM, doanh nghiệp có thể quản lý các customer touch point thông qua một nền tảng duy nhất. Đây cũng là mục đích của đề tài này, cụ thể đề tài sẽ tập trung vào email touch point.

Email là một trong những kênh hỗ trợ khách hàng chính cho hầu hết các công ty B2B, B2C hoặc Thương mại điện tử. 62% khách hàng nói rằng họ thích hỗ trợ qua email hơn để giao tiếp với các thương hiệu.

Email customer touch point ảnh hưởng đến mọi thứ, từ tỷ lệ mua hàng lặp lại đến giá trị lâu dài đến cách ai đó nói về thương hiệu của bạn một cách riêng tư và công khai. Bạn có thể tận dụng sức mạnh và phạm vi tiếp cận của email để thúc đẩy sự tương tác và mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.