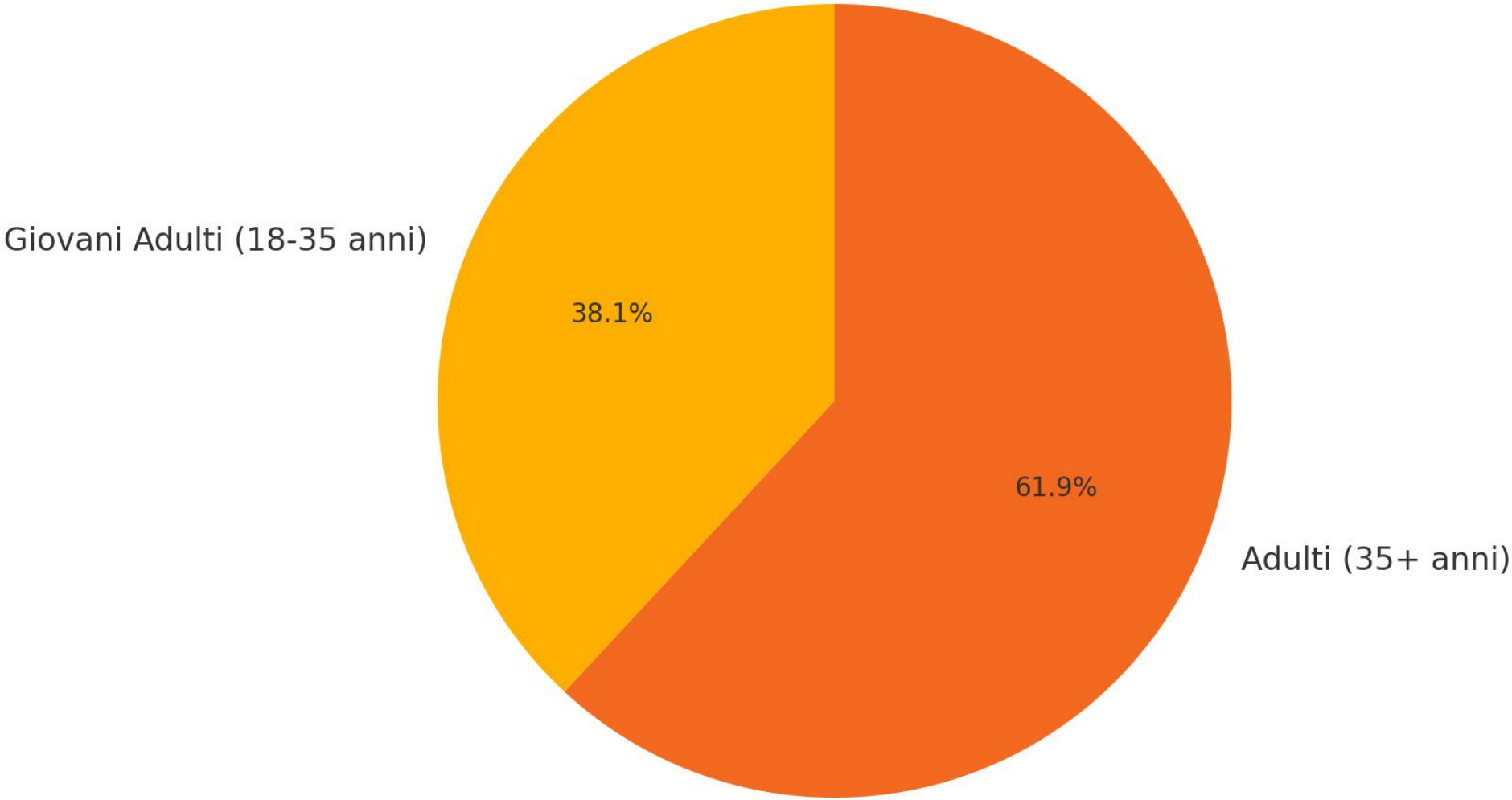


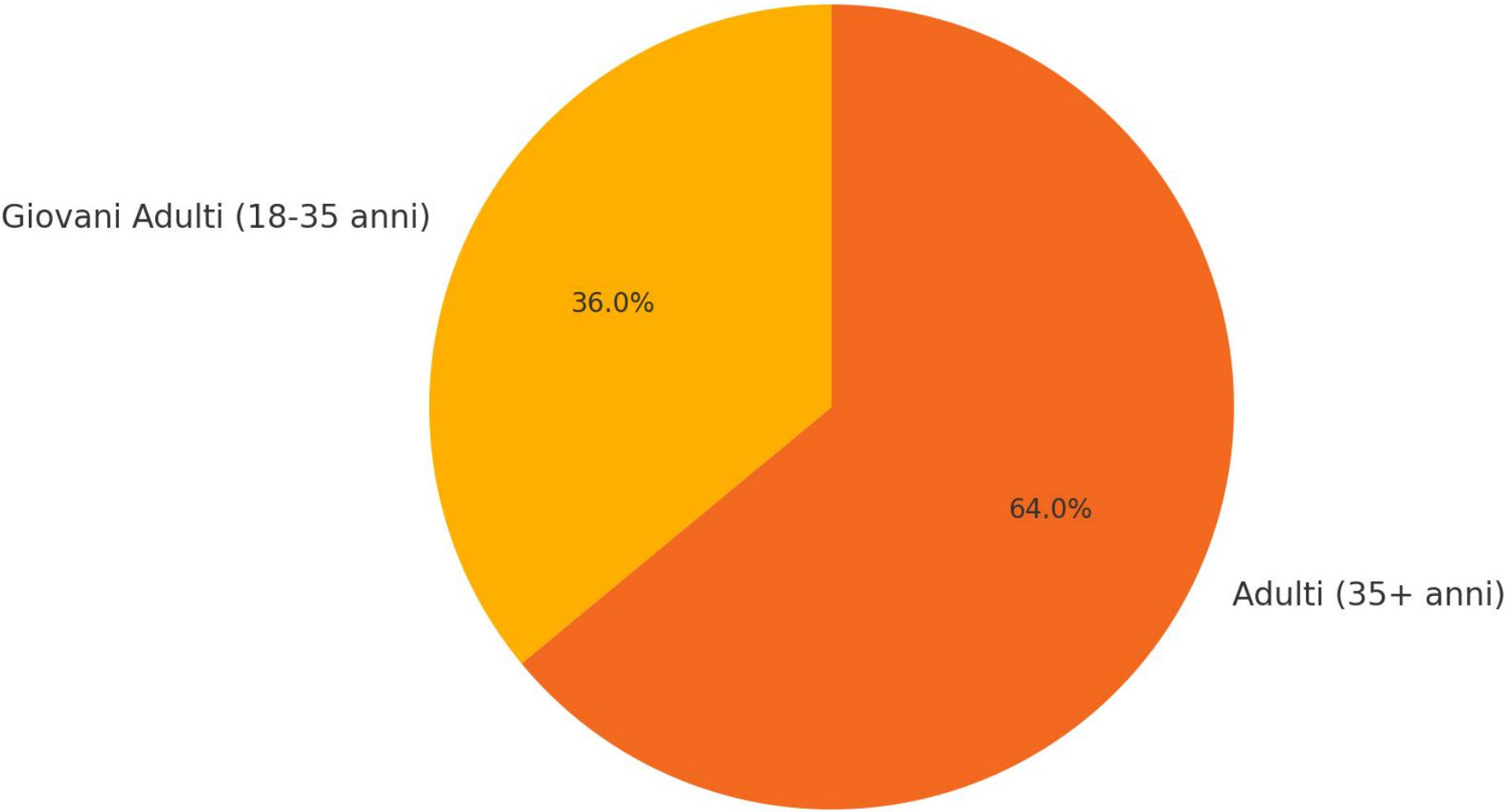
Dati e analisi

Buyer Personas

Clienti Frequenti per fascia d'età

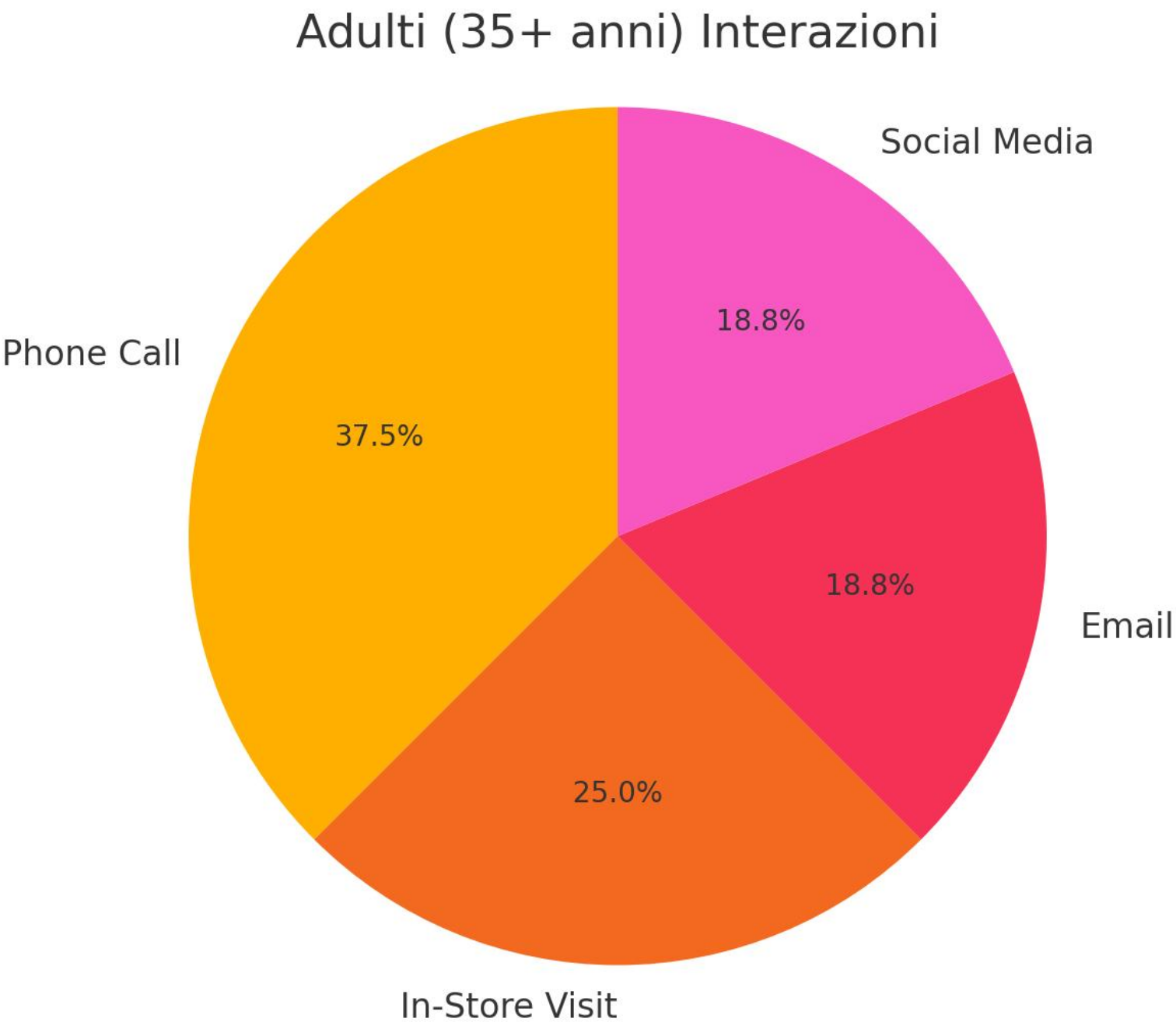
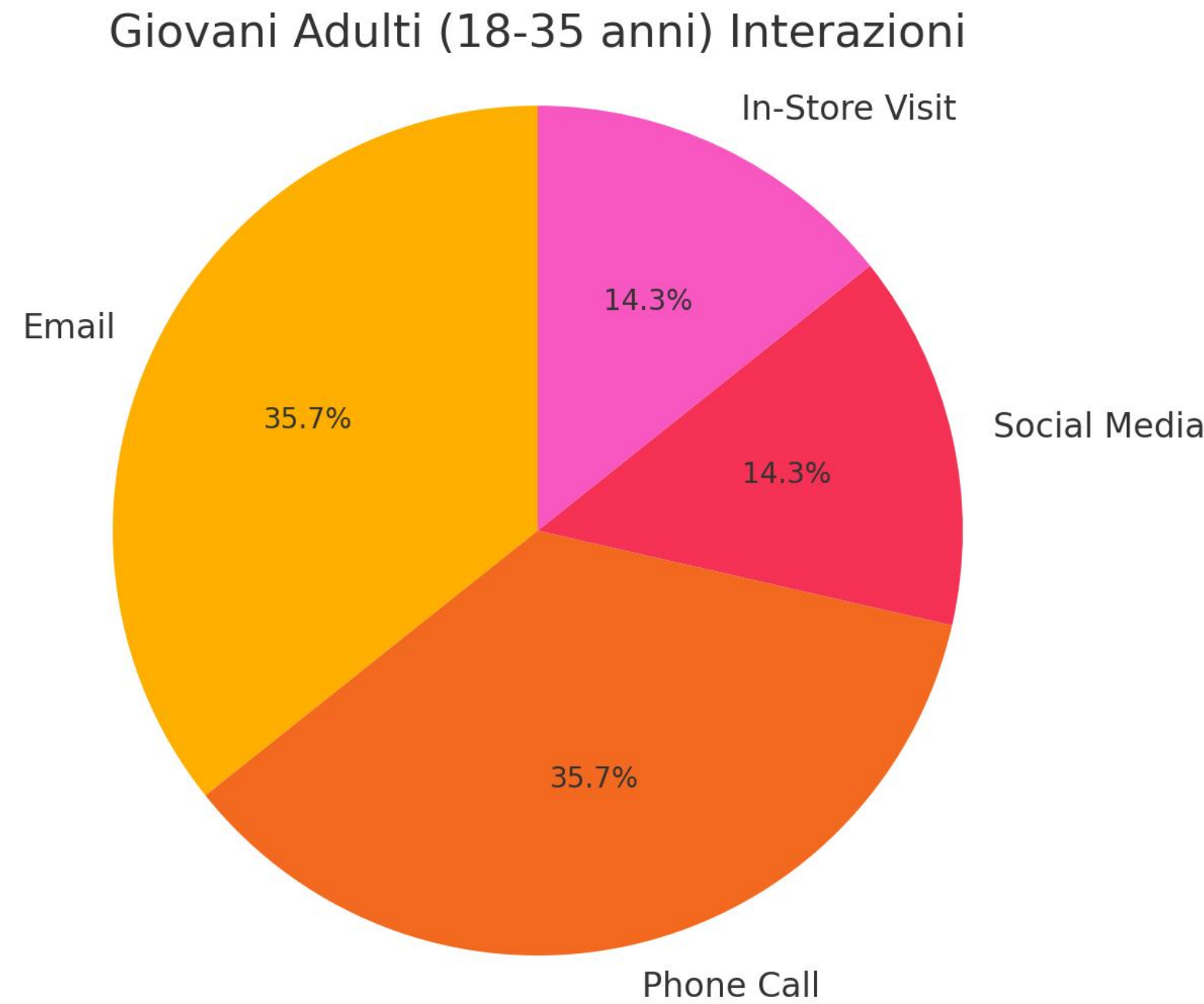


Clienti per fascia d'età



la maggior parte dei clienti è over 35, ma i clienti più fedeli e altospendenti in genere sono under 35

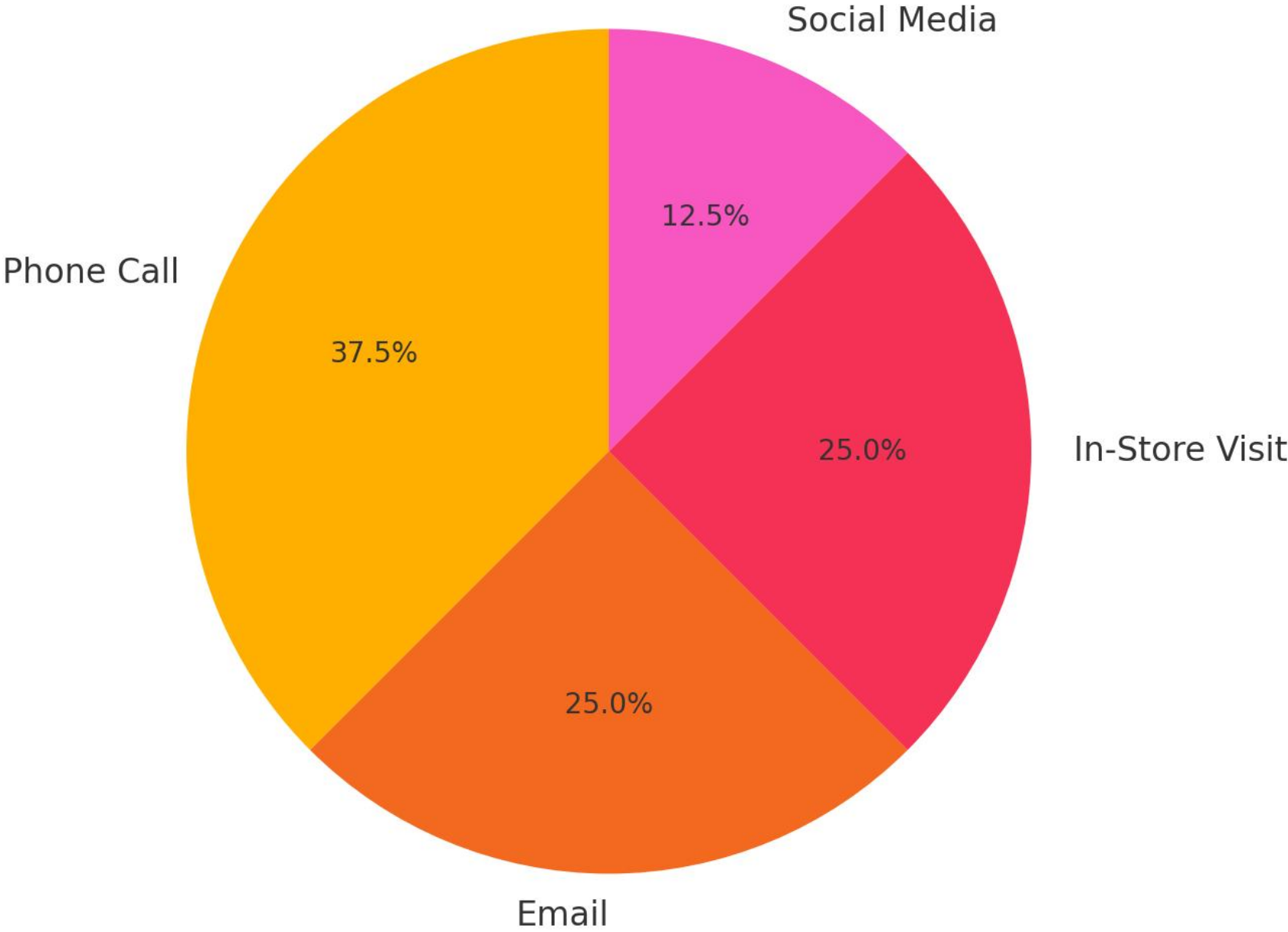
Buyer Personas



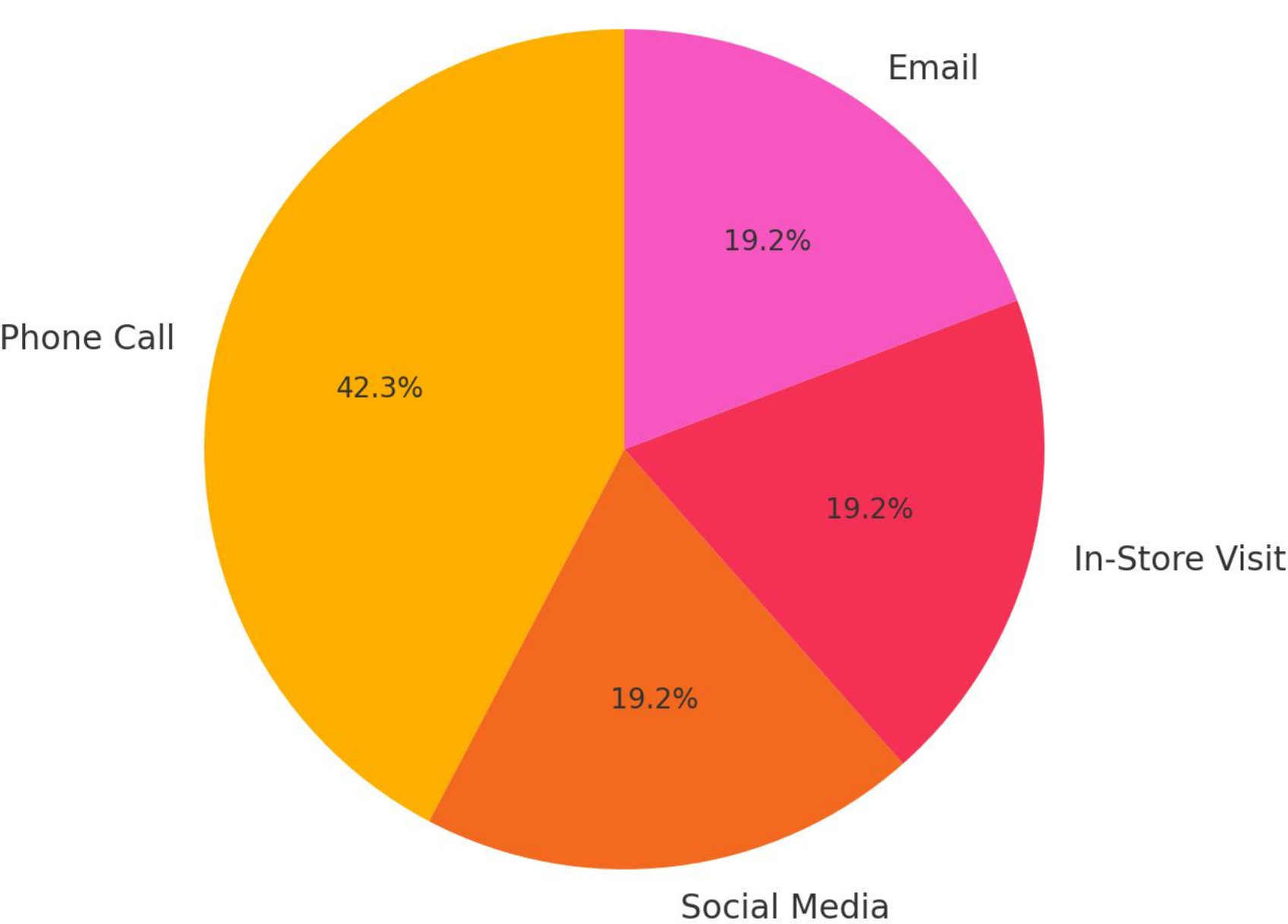
Gli Under 35 preferiscono interagire con e-mail e chiamate telefoniche mentre gli over 35 apprezzano di più le telefonate e le visite al negozio

Buyer Personas

Giovani Adulti Altospendenti (18-35 anni) Interazioni



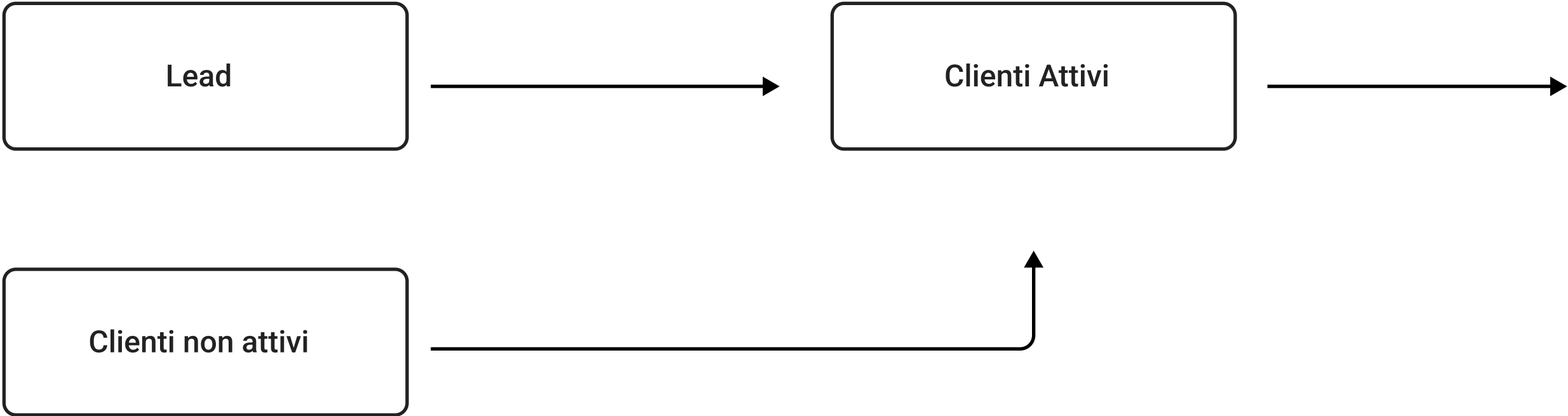
Adulti Altospendenti (35+ anni) Interazioni



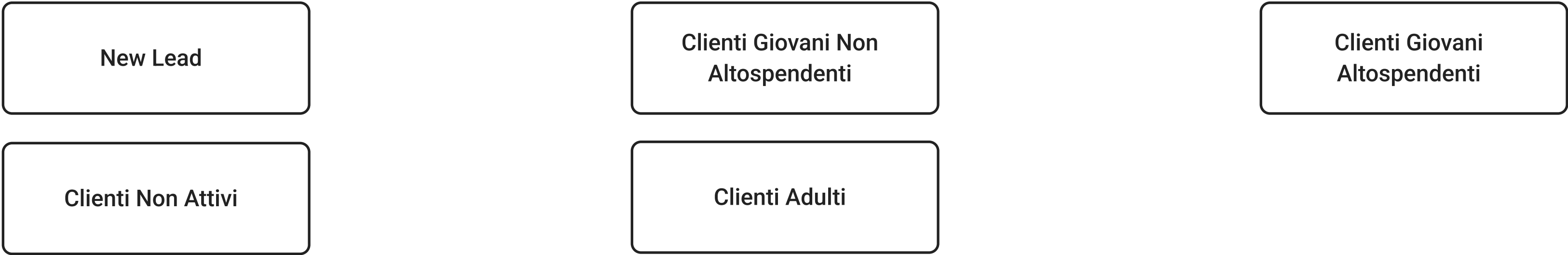
Sia i giovani che gli adulti altospendenti convertono con più facilità tramite chiamate telefoniche

Buyer Personas

Obiettvi



I Cluster



keywords

New Lead

Clienti non attivi

I New Lead verranno trattati con strategie marketing simili puntate ad avere un primo acquisto o un ritorno di acquisto, la strategia prevederà offrigli sconti e pubblicizzare la parte di catalogo meno costosa

Clienti Giovani Non
Altospendenti

I clienti Giovani hanno dimostrato di diventare più spesso clienti altospendenti soprattutto con le interazioni telefoniche, la strategia di marketing punterà ad offrire sconti speciali con acquisti telefonici e consulenze

Clienti Adulti

I clienti adulti hanno dimostrato di apprezzare l'interazioni telefoniche e con e-mail, quindi la strategia sarà ibrida, gli verrà proposto di iscriversi alla newsletter e saranno comunque incentivate gli acquisti telefonici

Clienti Giovani
Altospendenti

I clienti Giovani altospendenti rappresentano la categoria vip, gli verranno offerti sconti, sondaggi e premi

Fine