

Customer Journey, il viaggio del cliente e le sue tappe

Customer Journey, il viaggio del cliente e le sue tappe. “Cosa fai quando devi comprare una lavatrice? C’è chi va subito in negozio, ma c’è anche chi consulta mille siti internet. Si valutano prezzi, colori, forme. Dipende tutto da noi: ognuno ha infatti un proprio viaggio, per questo si chiama ‘customer journey’”. **Simona Angelica Wolf, fondatrice di Flow Factory** ed esperta di comunicazione aziendale ha condotto gli ospiti del workshop, che si è tenuto in presenza nello Spazio Siderale del Vega, con l’obiettivo di imparare a conoscere e guidare le fasi del viaggio dei propri clienti.





Tra i tips, i consigli, emersi durante l’incontro l’importanza del passaparola e il ricorso al digitale: “Siamo tutti più lontani ma i mezzi digitali ci avvicinano”.

“Oggi più che mai è importante dotarsi di un CRM, customer relationship management, ovvero un software in grado di contenere tutti i dati dei clienti che potranno così vivere un’esperienza migliorata come utenti”, ha detto **Fabio Vigo relatore insieme a Wolf**. Ma di cosa si occupa il CRM? Per esempio di inviare un’offerta speciale che stavo cercando oppure...degli auguri di compleanno. Un sistema insomma in grado di tenere vivo e rafforzare il contatto con il cliente.



Per conoscere i prossimi appuntamenti con #Contaminazione segui il nuovo sito di [CNA Veneto](#). Stimoli, condivisione, ma soprattutto qualcosa di pratico: grazie ai laboratori potrai infatti poi applicare i contenuti alla tua realtà aziendale. Unisciti alla Community!

Fotografie: © Arcangelo Piai fotografo, www.arcangelopiai.it

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

