

SMART CUSTOMER MONITOR



LA PIATTAFORMA PER:

- AUMENTARE LA CONVERSIONE ALL'ACQUISTO - RILEVAZIONE ENTRY/EXIT
- AUMENTARE LA LOYALTY - INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION
- SAPERE COSA PENSANO DI VOI E DEL SITO - LINK PERMANENTE SULLA HOME PAGE

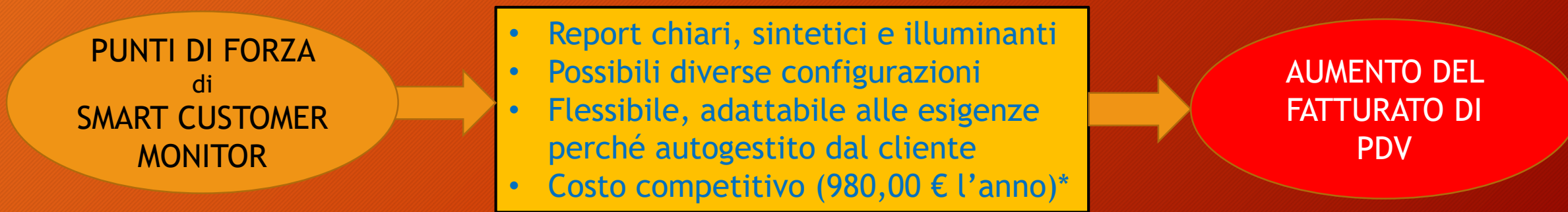
AUMENTARE IL FATTURATO E DIMINUIRE LE MANCATE VENDITE

2

E' possibile:

- *aumentare il fatturato di punto vendita diminuendo le mancate vendite?*
- *misurare il livello di soddisfazione dei clienti just in time?*
- *capire perchè un cliente entra e compra, mentre un altro cliente entra e non compra?*

Nomesis mette a disposizione Smart Customer Monitor, la piattaforma ideale per capire come diminuire le mancate vendite, rilevare la soddisfazione del cliente just in time e aumentare il fatturato di punto vendita.



* Il prezzo è da ritenersi Iva esclusa e si riferisce all'utilizzo, autonomo da parte del cliente, della piattaforma per la realizzazione delle survey.

1. PER AUMENTARE LA CONVERSIONE ALL'ACQUISTO: RILEVAZIONE ENTRY/EXIT

3

1. Dinamica: intercetto e rilevazione

Il cliente giunge presso il vostro punto vendita con l'aspettativa di trovare il prodotto/servizio di suo interesse e viene intercettato dal personale di vendita:

-> In fase «entry»: per esempio per rilevare ciò che il cliente sta cercando, quali sono stati gli stimoli della comunicazione che lo hanno fatto arrivare al punto vendita e cosa si aspetta di trovare.

-> In fase «exit»: intercetto dell'intervistato in fase «entry» per verificare se abbia trovato ciò che stava cercando, se sia stato accolto e seguito in modo adeguato dal personale front office, se valuti soddisfacente la visita al punto vendita e se abbia intenzione di tornarci ancora in futuro.

2. Strumenti necessari

- Tablet per permettere al visitatore di accedere alla piattaforma Nomesis per rispondere a poche e mirate domande.
- Database contenente numero di cellulare e/o indirizzo email per inviare in tempo reale un link al visitatore e invitarlo just in time a rispondere a qualche domanda molto mirata, in fase «entry» e in fase «exit».

2. PER AUMENTARE LA LOYALTY: INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION

4

1. Livello di soddisfazione

Alcuni esempi (non vincolanti) di domande da porre al cliente...

1. Quanto si ritiene complessivamente soddisfatto?
2. Ha trovato ciò che cercava?
3. Ritiene adeguate le informazioni che il personale di vendita le ha fornito?
4. Il personale di punto vendita è stato cortese nei suoi confronti?
5. Parlerà positivamente della sua esperienza in punto vendita?
6. Tornerà ancora da noi?
7. Etc...

2. Strumenti necessari

- Tablet: per permettere al cliente di accedere alla piattaforma Nomesis per rispondere a poche e mirate domande sulla sua soddisfazione.
- Database contenente numero di cellulare e/o indirizzo email per inviare in tempo reale un link al visitatore e invitarlo just in time a rispondere a qualche domanda molto mirata sul proprio livello di soddisfazione.

3. PER SAPERE COSA PENSANO DI VOI E DEL SITO: LINK PERMANENTE SULLA HOME PAGE

5

1. Web site performance

Il cliente (abituale e/o potenziale) è giunto nel sito web aziendale. Ecco alcuni esempi di domande da porre utili a misurare e comprendere il livello di performance del sito web, cosa pensano di voi e del sito (lato navigabilità):

1. Come è arrivato sul sito web? In modo spontaneo o a seguito di qualche stimolo di marketing o commerciale?
2. Sul sito ha trovato le informazioni che stava cercando?
3. Dopo aver visitato il sito, passerà in punto vendita?
4. Sfrutterebbe la possibilità di acquistare in modalità e-commerce?
5. Ha trovato i prodotti/servizi che stava cercando?
6. Desidera fissare un appuntamento?
7. Etc...

2. Strumenti necessari

Link permanente sulla home page, collegato alla piattaforma Nomesis, contenente tutte le domande che vorresti porre al tuo visitatore web.



Ezio Maestri

Cell. 348 9385937

Email: ezio.maestri@nomesis.net

NOMESIS

ricerche e soluzioni di marketing

via Giovanni XXIII 74 - 25086 Rezzato (BS)

tel. 030 2793124

fax 030 2071237

www.nomesis.it

Video presentazione Nomesis



<https://vimeo.com/68046600>