

IL PROCESSO DEL MARKETING SCIENTIFICO: CUSTOMER ACQUISITION

INDAGINE DI CUSTOMER ACQUISITION (qualitativa, quantitativa e/o ibrida): quanto è attraente la tua azienda, il brand, i prodotti agli occhi dei tuoi clienti potenziali?

Misurazione e monitoraggio dei parametri vitali del Marketing aziendale relativi all'ACTAL MODEL: 1. Awareness; 2. Consideration; 3. Trial; 4. Adoption; 5. Loyalty.

Individuazione, all'interno dell'area di business (a livello di prodotto, mercato geografico, ...) del posizionamento della tua azienda.

Identificazione delle azioni necessarie a livello Marketing e Commerciale per aumentare il numero di aziende che ti conoscono e che ti prendono in considerazione come possibile fornitore.

Incremento del numero dei clienti che acquistano per la prima volta i tuoi prodotti e servizi, aumentando così il fatturato aziendale (dovuto al miglioramento della capacità di customer acquisition).