

IL PROCESSO DEL MARKETING SCIENTIFICO: CUSTOMER RETENTION

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION (qualitativa, quantitativa e/o ibrida): quanto sono soddisfatti i tuoi clienti?

Misurazione e monitoraggio dei parametri vitali del Marketing aziendale relativi alla soddisfazione analitica dei tuoi clienti: CRUSTOTTO DI CUSTOMER SATISFACTION.

Individuazione di punti di forza e soprattutto di punti di debolezza, che incidono sulla soddisfazione dei clienti, su cui prestare maggiore attenzione (ambiti di miglioramento) e su cui intervenire.

Identificazione delle azioni correttive e delle attività da implementare per aumentare la soddisfazione percepita dal cliente.

Aumento del livello di soddisfazione, di fidelizzazione dei clienti e del fatturato aziendale (dovuto alla mancata perdita di clienti).