

IL TUO MARKETING È CUSTOMER-FIRST? SEGUI LA CHECKLIST

FIDUCIA, EMPATIA E RILEVANZA

Con il **Customer-First Marketing**, al centro vi sono i consumatori individuali. I marketer adottano strategie basate su **fiducia** e costruite con **empatia**, usando dati e tecnologie per assicurare che ogni comunicazione sia significativa e **rilevante**. Utilizza questa checklist per fare in modo che i tuoi messaggi siano in linea con la filosofia customer-first.

FIDUCIA

Ora più che mai, i consumatori gravitano verso i brand di cui possono fidarsi in tempi incerti. Offri:

- Sicurezza dei dati a prova di ladro?
- Pratiche in materia di dati trasparenti?
- Capacità di riconoscere i clienti sui vari canali e dispositivi?
- Login senza soluzione di continuità per un servizio pratico?
- Valore dimostrato in cambio di dati?

EMPATIA

L'empatia costruisce connessioni, rispetta il comportamento del cliente e sostiene i suoi bisogni. Offri:

- Hai abbastanza dati per riconoscere intenzione e situazione del cliente?
- Iniziative/tassi/sconti speciali per tenere conto del COVID-19?
- Risposta rapida o istantanea alle richieste dei clienti?
- Costruisci una relazione senza concentrarti su transazioni/conversione?
- Inbound marketing (website, domande frequenti, chat, call center) che fornisce le risposte di cui i clienti hanno bisogno?

RILEVANZA

La rilevanza è un acceleratore di relazioni, in quanto i brand utilizzano i dati per fornire consigli personalizzati e utili. Offri:

- Messaggi marketing allineati agli eventi correnti?
- Consigli/offerte personalizzati basati su dati in tempo reale?
- Messaggi automatizzati non troppo generici?
- Pressione dei messaggi di marketing eccessiva (meno è più)?
- Comunichi i modi (geolocalizzati) per acquistare dalla tua azienda malgrado il COVID-19?

Allineando fiducia, empatia, e rilevanza, i marketer riescono a mantenere le relazioni in un mondo sconvolto e a soddisfare i bisogni del cliente su base individuale.