

MICRO-MOMENTI: SII PRESENTE QUANDO CONTA PER I TUOI CLIENTI

I micro-momenti sono istanti in cui i consumatori vogliono sapere, fare, comprare, o se ne vanno. Si aspettano che i brand siano presenti, siano rilevanti, rapidi e rendano facile il passo successivo. I brand devono stare al passo. **Ma le aspettative dei consumatori possono essere insidiose:**



11% dei marketer è preparato ad approfittare dei micro momenti

Fonte: CMO Council, 2018

58% degli inserzionisti non riesce ad agire con successo sui dati dei clienti in tempo reale

Fonte: Kantar Media, 2019

Mobile è la parola chiave per il successo dei brand nei micro momenti:

2,617

numero di volte al giorno in cui gli utenti toccano il proprio telefono

Fonte: Wired, 2019

75% degli utenti si aspetta di trovare informazioni immediate

Fonte: Google/Ipsos, 2019



82%

chiede risposte immediate alle domande che pone ai brand

Fonte: Small Business Trends, 2018



I brand devono anche adattarsi ad altri trend che possono impattare questi micro momenti

82% dei consumatori che utilizza gli **assistenti personali alimentati** dall'AI si basa su di loro per ottenere informazioni

Fonte: Capgemini, 2018

51% non è **fedele al brand** e acquista da chiunque sia in grado di fornire le informazioni di cui ha bisogno

Fonte: Forbes, 2019



I micro-momenti si traducono direttamente in vendite, accrescono la fedeltà, e migliorano la percezione del brand nel lungo periodo. I brand che riconoscono i clienti istantaneamente su tutti i canali e sono pronti ad assisterli in qualsiasi modo, a qualsiasi ora, vinceranno la battaglia dei micro-momenti. **Per saperne di più, visita il sito www.selligent.it.**

