



Quando si tratta di relazioni con i clienti, è importante prendere in considerazione tre R. Reach (Raggiungere), Respond (Rispondere) e Retain (Mantenere) - i tuoi clienti sanno cosa vogliono in ogni fase.

### Falli sentire importanti.

**70%**

il 70% dei clienti ritiene che le aziende migliori siano quelle che prestano la massima attenzione alle loro esigenze

...e questo può fare la differenza



**57%**

il 57% dei clienti è disposto a spendere di più con le aziende che lo fanno sentire importante

### Punta sulla personalizzazione.

Nell'ambito delle informazioni che ricevono prima dell'acquisto, i clienti danno la massima priorità ad offerte e sconti personalizzati ...ma compensa con la trasparenza

**61%**

il 61% dei clienti è convinto che le aziende debbano essere più trasparenti sul modo in cui utilizzano i dati sul cliente

...o potresti subire delle conseguenze



**89%**

l'89% dei clienti afferma di essere disposto a interrompere tutte le relazioni con un'azienda se questa diventasse troppo invadente

### Focalizzati su tutto il processo di acquisto.

I clienti pensano infatti che un'impresa dovrebbe prestare loro la massima attenzione durante la vendita, ma che anche il momento del post vendita sia fondamentale

**La qualità delle interazioni è importante.**

**47%**

Il 47% dei clienti smetterebbe di acquistare da un'azienda se questa non fosse in grado di soddisfare le aspettative riguardo le interazioni

Dai priorità alla customer experience



**60%**

Il 60% dei clienti pensa che le imprese siano interessate solo al guadagno e non ad offrire un buon livello di servizio clienti

**Una customer experience negativa pone fine alla relazione con il cliente**

**91%**

il 91% dei clienti afferma che un processo d'acquisto difficile dissuade dal comprare

Scarica il report da [www.ricoh.it/thoughtleadership](http://www.ricoh.it/thoughtleadership)