

Персонализация драйвит прибыль компаний

Почти все компании (93%), которые ввели в свой арсенал расширенные стратегии персонализации, выиграли от этого и увеличили свою прибыль, согласно отчету Monetate и wbr Research.

Исследование охватывало 600 главных маркетологов в Америке и Европе из ритейла, туризма, страхования. 77% компаний превысили свои таргентные показатели по прибыли благодаря стратегии персонализации.

Розничные компании заявили, что они направляют на достижение персонализации 21% и более маркетинговых бюджетов.

Покупатели привыкают к возможности получать персональные предложения, и всё это толкает прибыль ритейлеров, которые вкладываются в эти технологии.

Лидеры рынка стремятся к гиперперсонализации в то время, как множество ритейлеров не имеют до сих пор программ лояльности. С одной стороны – есть куда развиваться, а с другой – надо поторопиться и быть готовым к новому этапу. Гиперперсонализация требует совсем других подходов, бюджетов и уровня специалистов.