

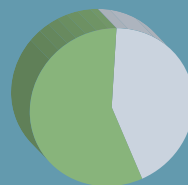
Quando se trata de cuidar dos clientes, existem três R que importam. Reach (alcançar), Respond (responder) e Retain (reter) - os seus clientes sabem o que querem em cada etapa.

Faça-os sentir valorizados.

70%

dos clientes vão gastar mais em marcas que os façam sentir valorizados

...e as recompensas podem ser maiores



57%

av kunder ville brukt mer penger på merker som får dem til å føle seg verdsatt

Personalize.

De toda a informação sobre as marcas antes da compra, os clientes dão maior prioridade a ofertas e descontos personalizados ...mas equilibrar com transparênciat

61%

dos clientes acham que as marcas precisam demonstrar maior transparência em como utilizam os dados dos clientes

...ou poderá sofrer as consequências



89%

dos clientes dizem que abandonariam o processo de compra se achassem que as interações da marca eram demasiado intrusivas

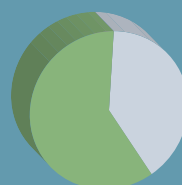
Prestar atenção a todo o processo de compra

Os consumidores acham que a marca deve-lhes prestar bastante atenção durante a compra, da mesma forma que a atenção depois da compra é também essencial. Interações de qualidade são importantes.

47%

deixariam de ser clientes caso a marca não satisfizesse as suas expectativas na interação

Dar prioridade à experiência com o consumidor.



60%

dos consumidores acham que as marcas apenas querem o dinheiro destes, não proporcionando um bom nível de serviço ao cliente

A experiência negativa do utilizador é motivo suficiente para este desistir.

91%

dos clientes sugerem que uma transação difícil iria fazê-los desistir da compra

Descarregue o relatório em www.ricoh.pt/thoughtleadership