

TECHNORETAIL.IT

DATA: 12-10-2018

TIPOLOGIA: Testata online

SITO: <http://www.technoretail.it/protagonisti/item/1834-alessandra-dragotto-di-swg-big-data-e-customer-experience-pyramid-per-l-analisi-del-consumatore.html>

# Technoretail



## ALESSANDRA DRAGOTTO DI SWG: BIG DATA E CUSTOMER EXPERIENCE PYRAMID PER L'ANALISI DEL CONSUMATORE

SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG, player indipendente e integrato di *Data Science*, adotta un approccio innovativo, in cui la ricerca tradizionale è integrata con l'interpretazione dei *Big Data*, con la ricchezza delle informazioni presenti nella Rete, nel mondo delle imprese e nella Pubblica Amministrazione.

In previsione della sua partecipazione all'*Assirm Marketing Research Forum*, che si terrà a Milano, il 30 Ottobre 2018, presso il Talent Garden Calabiana, abbiamo intervistato **Alessandra Dragotto**, *Direttore di Ricerca Senior di SWG*.

### *Per SWG, cosa significa partecipare all'Assirm Marketing Research Forum?*

Per SWG, il Forum rappresenta un momento di confronto, ampio e diversificato tra le nostre società e le imprese, basato sullo scambio di conoscenze e pratiche professionali. È una sede in cui si può sintetizzare quello che man mano durante l'anno viene elaborato nello svolgimento delle attività. Tutti, nelle loro realtà, si aggiornano, si scambiano idee con i colleghi, riflettono sul lavoro effettuato. Ma il momento dell'incontro pubblico, della "piazza" in cui ci si trova, della maturazione di nuove relazioni, rende molto utile questo evento.

### *Un momento di confronto, quindi, per comprendere più in profondità lo scenario.*

Certo. Solo attraverso l'intensificazione dei rapporti e degli scambi, il ragionare sugli obiettivi comuni, l'approfondire con diversi approcci i cambiamenti della società, del mercato e delle tecniche, si potrà ampliare l'efficacia e il valore del nostro settore. Il Forum offre questo scenario.

### *Il tema centrale di quest'anno è la ricerca vista come un'opportunità di crescita per le aziende in termini di business. Quali novità portate quest'anno all'Assirm Forum?*

Da qualche anno ormai, per molte aziende, avere il cliente soddisfatto non basta più: il consumatore va coinvolto nell'esperienza che l'azienda vuole trasmettere, va alimentato un immaginario che renda sempre più piacevole e amichevole il prodotto o il brand. Quindi, un approccio orientato alla customer experience è essenziale per avere successo nelle relazioni con i propri clienti.

### *Nell'attuale scenario, come individuare la miglior customer experience?*

Una mappa del customer journey, generata dai vari touchpoint, sia fisici sia digitali, con cui il cliente è entrato in contatto, è la chiave di volta per comprendere quale sia la migliore customer experience. Riuscire a mappare e a raccogliere i feed-back dei clienti lungo l'intero customer journey è, però, un percorso particolarmente complesso, che deve tenere conto di svariati elementi e "dimensioni". Il modello piramidale di analisi sviluppato da SWG (*Customer Experience Pyramid*) si propone di affrontare questa complessità offrendo una visione unitaria grazie a uno strumento actionable, ma, al contempo, dall'alto valore strategico.