

Cos'è il profilo di un cliente?

Di **Jim Novo**



Foto di [shoebappa](#)

Articolo originale:

What's a Customer Profile?

<http://www.jimnovo.com/profiles.htm>

I profili possono essere su base demografica o comportamentale e la differenza è molto importante per il vostro business.

Molte persone pensano che utilizzare i dati del cliente voglia dire creare il "profilo" di un cliente. Si tratta di un tema molto dibattuto. Tutti vogliono farlo, ma che cosa è il profilo di un cliente?

Ecco 2 tipi di profili del cliente:

- Il cliente è sposato, ha figli, vive in un quartiere di lusso, e legge la rivista Time.
- Il Cliente ha visitato il sito ogni giorno per 2 mesi, ma non lo ha visitato per niente nelle ultime due settimane.

Il primo profilo è demografico, è una serie di caratteristiche. Il secondo profilo è basato su un comportamento, riguarda quello che il cliente sta facendo effettivamente. Quale vi sembra più importante?

A loro modo sono entrambi importanti. Per qualcuno che vende pubblicità, o che decide sul contenuto di un sito web, il primo profilo di solito è importante, perché definisce il mercato per gli annunci pubblicitari e fornisce indicazioni alla direzione editoriale. Queste sono considerazioni rilevanti per attirare clienti e generare profitti nelle prime fasi di un progetto on-line.

Il secondo profilo riguarda l'azione, il comportamento e per chiunque sia interessato a quello che stanno facendo i propri clienti, è più importante del primo. Verranno a visitarci ancora? Torneranno ad acquistare? Queste sono le domande a cui si risponde osservando il comportamento.

Il comportamento del cliente è uno strumento di previsione del vostro futuro rapporto con un cliente, molto più potente di quanto lo saranno mai le informazioni demografiche. Dovete guardare i dati, la documentazione del loro comportamento, e vi dirà molte cose. Vi dirà: "non sono soddisfatto", vi dirà: "voglio comprare di più, dammi un motivo". vi dirà: "penso che il contenuto sia noioso".

Io sostengo che il secondo tipo di profilo, a lungo termine è più importante, perché se il cliente smette di acquistare o di visitare il sito, non avrete più molte opportunità di servire la pagine personalizzate o annunci basati su un qualche "profilo" che bi hanno fornito.

Potete personalizzare il sito fino all'impossibile basandovi su dati demografici o su dati di sondaggi auto-riferiti ma i clienti non vedranno mai i risultati, se non tornano indietro. Quindi alla lunga se doveste scegliere il profilo più importante, il profilo basato su azioni e comportamento sarebbe più cruciale per voi di uno demografico.

La profilazione del comportamento del cliente è fondamentale per una azienda interessata a mantenere i clienti ed ad accrescere il loro valore.

Jim Novo

Ttraduzione di **Marco Dini**

Immagine

Autore **shoebappa**

Immagine originale: <http://www.flickr.com/photos/shoebappa/892327613/>

Licenza d'uso CreativeCommons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/deed.it>