

Personalizzazione e orchestrazione multicanale

In un ecosistema digitale sempre più frammentato, la capacità di offrire un'esperienza utente coerente e personalizzata su tutti i punti di contatto è diventata il fattore chiave per il successo. Questa lezione affronta le strategie e le tecnologie fondamentali per l'**orchestrazione multicanale**, un approccio data-driven che supera la gestione a silos dei singoli canali.

Il fulcro del corso è l'analisi degli **strumenti di tracciamento** e il ruolo cruciale degli **identificatori utente (ID)** come elemento unificante per mappare e comprendere il comportamento del cliente. Vedremo come, attraverso la raccolta e l'analisi di dati, sia possibile costruire una visione olistica del percorso del consumatore.

Approfondiremo l'applicazione pratica di questi insight in canali chiave come il **programmatic advertising** e l'**email marketing**, dimostrando come un ID univoco permetta di sincronizzare i messaggi, personalizzare le creatività e ottimizzare gli investimenti in tempo reale. L'obiettivo finale è trasformare i dati grezzi in **actionable insight** per disegnare e implementare una **customer journey** realmente personalizzata, che non solo risponda alle esigenze dell'utente ma le anticipi, guidandolo in un percorso fluido e coerente verso la conversione e la fidelizzazione.