

Il periodo che abbiamo appena vissuto ha accelerato la penetrazione del digital su tutte le fasce di età, rendendolo uno strumento indispensabile in qualsiasi strategia di marketing. Omnichannel è il nuovo mantra, ma cosa significa davvero? Come dobbiamo immaginare il Customer Journey di un consumatore che ha sempre più punti di entrata e uscita nel percorso d'acquisto? E come l'utilizzo dei dati ci può aiutare in questo processo?