Con la diffusione degli strumenti digitali, internet e dei dispositivi mobile, il percorso di acquisto dei consumatori è radicalmente cambiato.

L’attuale percorso di acquisto parte quasi sempre dall’uso del cellulare per attivare la prima fase di ricerca, e si sviluppa nelle successive fasi che mettono in contatto il consumatore con i diversi touchpoint delle attività.

Indice dei contenuti

- Cosa sono i touchpoint
- Gestire i touchpoint nel Customer Journey
- Definire i punti di contatto fisici
- Collega i canali social
- Errori di pubblicazione per account non collegati
- Mantieni tutti i dati aggiornati

Cosa sono i touchpoint

Il **touchpoint** come noto, è il punto di contatto tra il consumatore e l’attività commerciale.
Oggi ogni attività deve controllare contemporaneamente diversi touchpoint.

I punti di contatto sono sia fisici che digitali:

- **fisici** : rappresentati da negozi, studi professionali,locali, sedi etc … , ossia tutti i luoghi in cui il consumatore può acquistare fisicamente i prodotti e/o i servizi dell’attività
- **digitali** : il sito web e tutti canali social, nelle diverse tipologie offerte dai social network, come fanpage, company profile, business profile, email, sms, eccetera …

Gestire i touchpoint nel Customer Journey

Tenere **sotto controllo tutti i touchpoint** può diventare impegnativo per qualsiasi attività, ecco perchè con **stackly** puoi **gestire tutti i touch point** da un'unica piattaforma.

Per iniziare, la prima fase è [configurare il progetto] .

Ogni progetto sarà collegato ai touchpoint, sia fisici che digitali.
Per permettere una gestione organizzata, il legame che andrai ad impostare è il seguente :

- definisci il progetto
- definisci la tipologia dei touchpoint fisici collegati al progetto
- colleghi ad ogni touchpoint fisico quelli digitali (sito, social network)

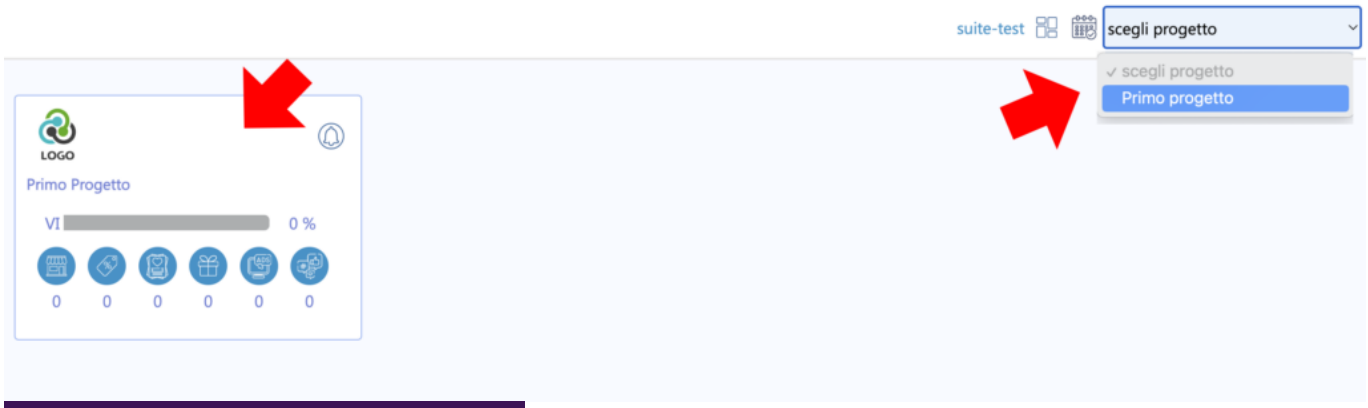


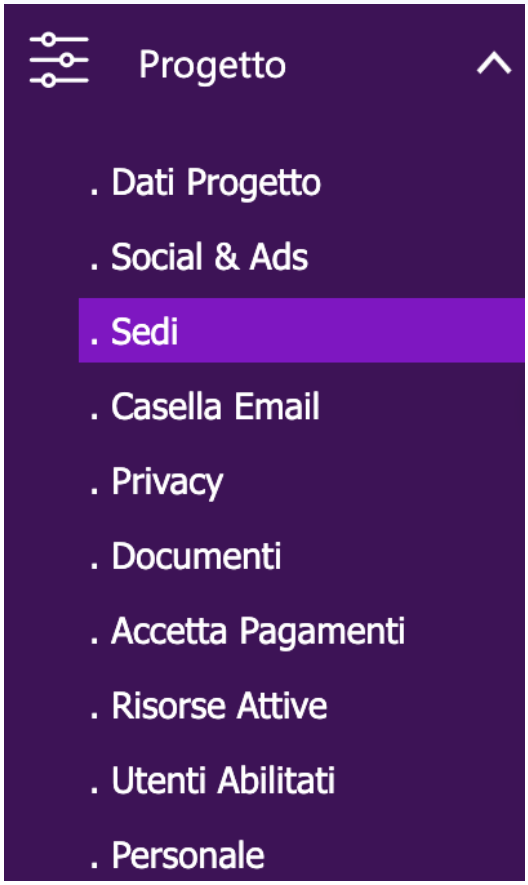
Definire i punti di contatto fisici

Per classificare i touchpoint fisici del progetto, usa la funzione nel menù "Progetto – **Sedi, Punti Vendita, Locali**", in base alle impostazioni fatte sul progetto e registra i dati del punto di contatto fisico.

***Ad esempio**, per una società di consulenza con due sedi, avrai scelto "Sedi", nella configurazione della sua scheda progetto e nel menù vedrai la voce "Sedi". Seleziona "Sedi" ed inserisci i dati, per ogni singola sede.*

Per accedere alla funzione **entra nel progetto** , scegliendolo dalla lista dei progetti sulla toolbar in alto a destra, oppure entrando nella dashboard della sezione account, e cliccando poi sulla card del progetto.





Per registrare il touchpoint fisico inserisci :

- **dati** : nome attività (usa la ragione sociale), l’indirizzo, la località e la categoria
- **contatti** : telefono, sito, whatsapp, nome di riferimento
- **scheda** : descrizione attività, foto attività, logo e connessione con i touchpoint

digitali (social network)
- **orari** : orari di apertura e chiusura
- **credenziali** : *le credenziali di accesso da fornire in caso di utilizzo dell'app quiinzona sul touchpoint fisico*, scopri qui come funziona

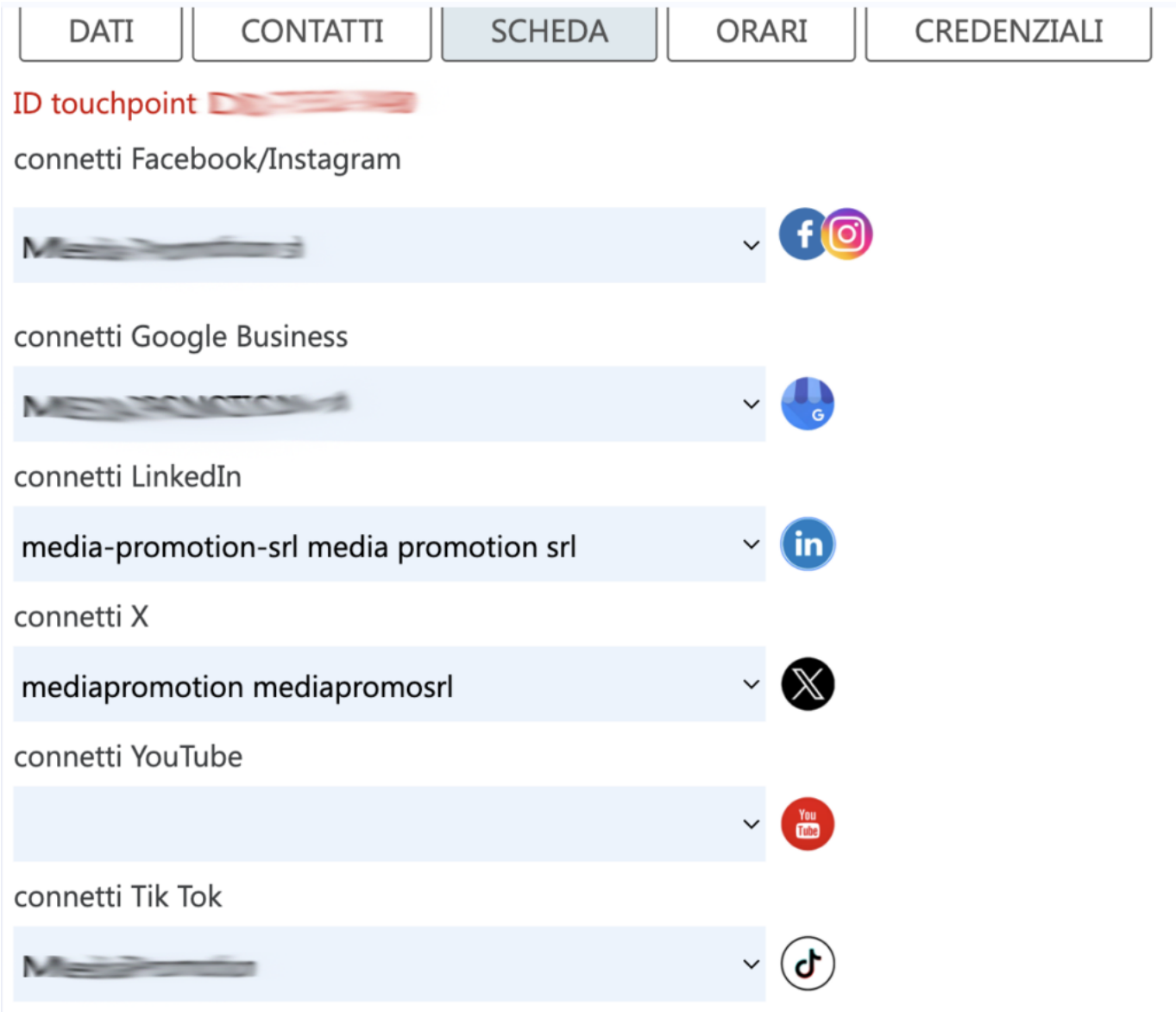
Collega i canali social

Per collegare gli account social al singolo touchpoint, ad esempio la fanpage, devi aver **eseguito prima queste operazioni** :
– configurato la gestione dei social sul progetto (leggi qui come fare)
– inserito i tuoi account social sulla piattaforma (leggi qui come fare)

Nella sezione **scheda**, inserisci il legame con i social network del singolo touchpoint fisico.
Prima di collegare gli account social, devi inserirli nella sezione "**account – social**", del menù di gestione.

Per **inserire gli account social,** leggi questa guida.

Puoi collegare la **fanpage ed il canale instagram, il profilo google business profile, il profilo X (ex twitter), il profilo linkedin, il canale youtube** ed il profilo **TikTok**.



Completando questo tipo di configurazione, potrai pubblicare i contenuti sui social collegati ed aggiornare anche i dati informativi, ad esempio da questa scheda **puoi aggiornare automaticamente gli orari di apertura e chiusura nella fanpage collegata e nella pagina google business profile** (*la ex google mybusiness*).

Errori di pubblicazione per account non collegati

Potrebbe capitare che scolleghi un account social dalla scheda del touchpoint e provi comunque a pubblicare contenuti, ad esempio contenuti che erano stati già programmati.
In questo caso ricevi l'errore "**account (nome social) non collegato al touch point codice errore 720**".

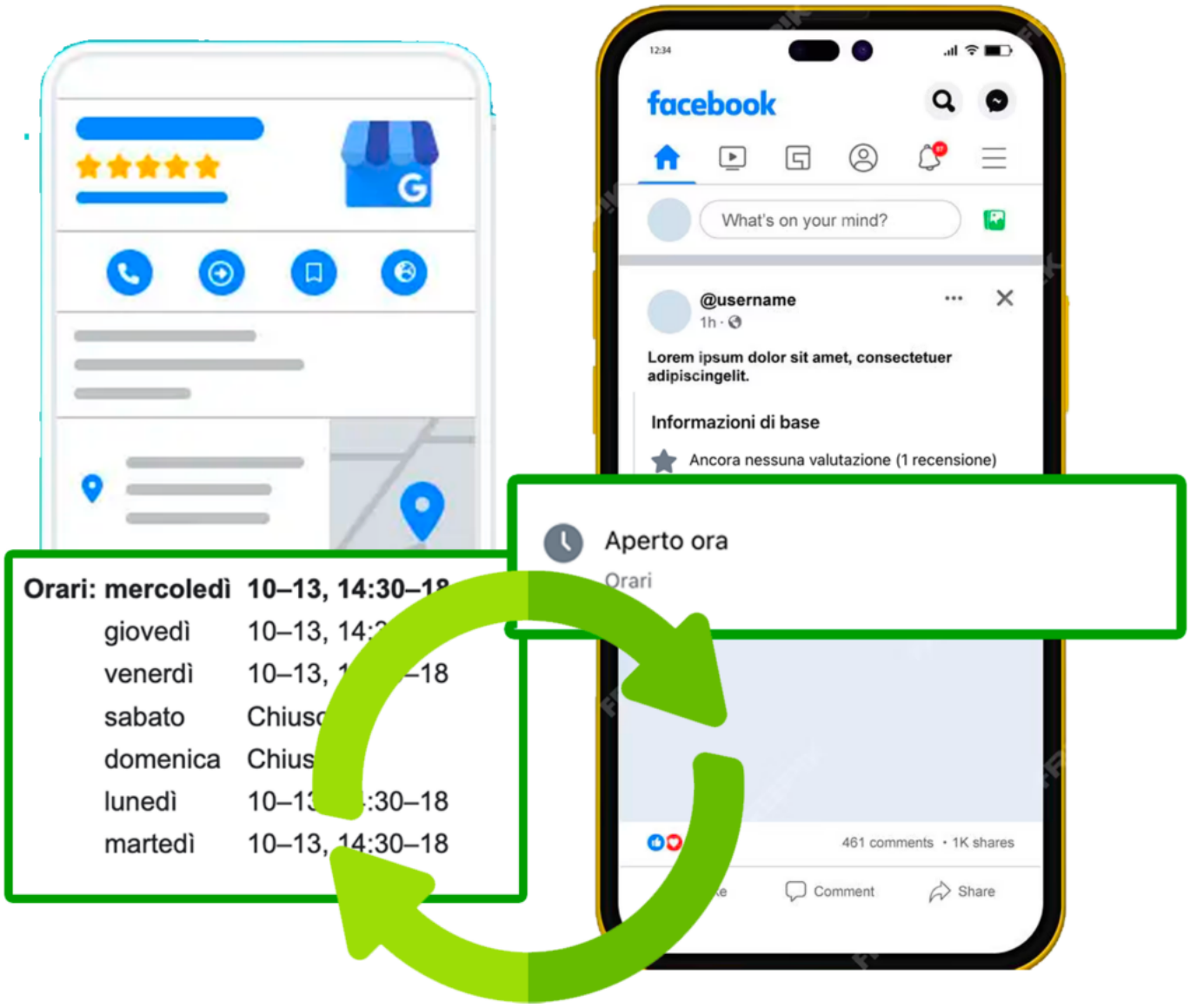
Per risolvere l'errore collega di nuovo l'account social al touch point (*sedi, locali, punti vendita*) e riprogramma la pubblicazione del contenuto.

Mantieni tutti i dati aggiornati

Con **stackly**, aggiorni i dati di tutti i canali del progetto, con una sola funzione.

Mantenere sempre aggiornati i dati permette di gestire al meglio il rapporto con i consumatori, che durante il percorso di acquisto, non incontreranno **nessun tipo di barriera** rappresentata ad esempio da dati incongruenti o non aggiornati.

*Con un solo strumento tieni allineati i dati della **fanpage su Facebook** e della scheda **Google Mybusiness**,* cosi indipendentemente dal canale con cui il consumatore entra in contatto con la tua attività, troverà sempre i dati corretti e potrà contattarti immediatamente.



Sul **sito del touchpoint**, viene automaticamente installato il cookie banner per la **CMP** per la gestione della privacy e la raccolta dei dati utili per il marketing verso i consumatori che visiteranno il sito.
I dati, nel pieno rispetto delle leggi sulla privacy e del GDPR – Regolamento 2016/679, saranno disponibili nella dashboard del progetto ed andranno ad arricchire la **digital analytics** offerta da stackly.


utenti
Mobile
Desktop
volumi social
post
visualizzazioni
click
like
commenti
0
50
100
150
200
250
social fanbase
Facebook
Instagram
LinkedIn
Twitter
0
50
100
150
200
250
performance touchpoint
sito
location page
brand page
location
social
0
100
200
300
400
500
600
700
800