

# Kundeninteraktionen

- Einblick in den **Status quo des Kundenservice**, sodass er verbessert werden kann
- Messung, **wie lange es dauert, bis Personal mit Kunden in Kontakt kommt**, und wie lange die Interaktion dann anhält
- **Unternehmensspezifischer Content** für Digitalanzeigen in den Filialen; ausschlaggebend ist, **welche Zielgruppe zuschaut**
- Messung **der Publikumszusammensetzung** vor den digitalen Displays am POS **sowie der Wirkung** der Inhalte auf das Publikum
- Konzeption einer **Werbepattform** für Marken oder Verbrauchsgüter, die in der Filiale verkauft werden, auch Ihre eigenen; **neue Einnahmenquelle: Anzeigenverkauf**
- Erkennen von Chancen für ein **effektiveres Verkaufen**; schnelles Testen neuer Absatzstrategien
- **Bessere Customer Experience** durch eine Dienstplanung, die auf Spitzenzeiten abgestimmt ist
- **Öffnen von Kanälen für Kunden**, die über **fehlgeschlagene Interaktionen** mit einer Marke berichten möchten

