

Personalisatie van twee kanten

11-02-2016 12:46

De grootste drijfveer die de 'phygital' consument helpt bij het bereiken van de ideale mix van online en offline shoppen is personalisatie. De meeste bedrijven investeren echter weinig in initiatieven waarvan consumenten denken dat hun winkelervaring zal verbeteren. Dat is althans de conclusie die Mindtree uit zijn studie *Winning in the Age of Personalization* trekt, waarvoor zesduizend consumenten en negenhonderd besluitvormers uit de retail-, reis-, bank- en media-industrie zijn ondervraagd. De belangrijkste resultaten uit dat onderzoek zijn in deze infographic op een rij gezet. Of die hoopgevend zijn? Dat ligt eraan hoe je ernaar kijkt. [Klik hier](#) voor de volledige afbeelding.



IMAGE
NOT
FOUND