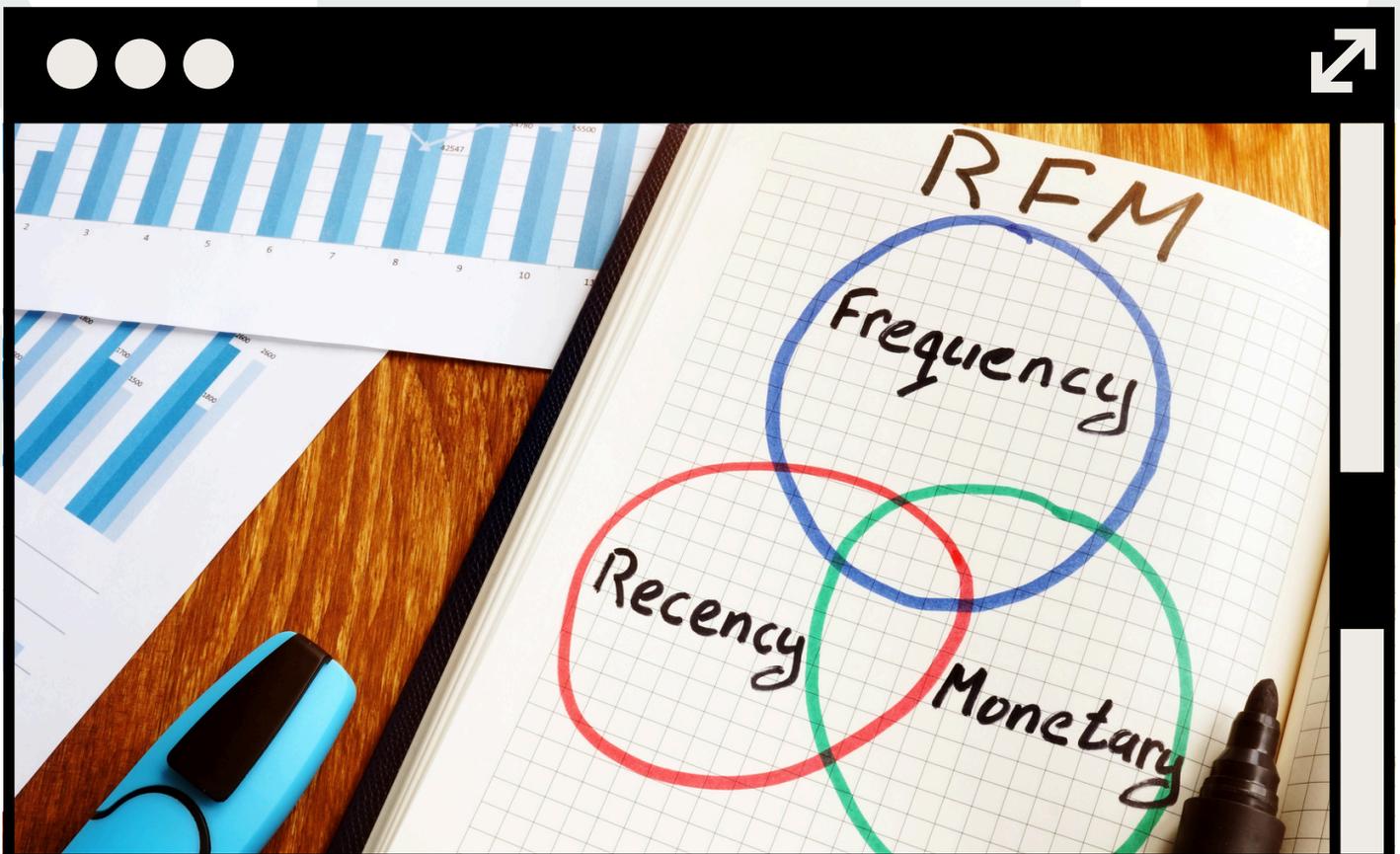


Conosci meglio i tuoi clienti e organizza il portafoglio con l'AI

Per un'impresa che si rivolge ad altre imprese è fondamentale comprendere quali clienti meritino maggiore attenzione, quali siano in fase di potenziale abbandono e quali offrano maggiori opportunità di crescita.

Una delle tecniche più efficaci per questo tipo di analisi è il **modello RFM** (Recency, Frequency, Monetary), che classifica i clienti in base a tre dimensioni:

- Recency: quanto è recente l'ultimo acquisto;
- Frequency: quanto spesso il cliente acquista;
- Monetary: quanto ha speso complessivamente.





Conosci meglio i tuoi clienti e organizza il portafoglio con l'AI

Utilizzando ChatGPT, è possibile caricare un file Excel contenente questi dati e ottenere rapidamente una **lettura strategica** dell'intero portafoglio clienti.

Ad esempio può:

- suggerire segmentazioni efficaci del database: clienti VIP, dormienti, nuovi o da riattivare;
- identificare i clienti a rischio abbandono, in base alla loro scarsa frequenza o lontananza temporale dall'ultimo acquisto;
- evidenziare i clienti ad alto potenziale su cui attivare strategie di *cross-selling* o *upselling*;
- fornire indicazioni su come personalizzare le azioni commerciali o di marketing in funzione del gruppo di appartenenza.

Ecco un possibile prompt da usare: “Ti fornisco un file Excel con i dati dei miei clienti. Ogni riga contiene: il nome del cliente, la data dell'ultimo acquisto (Recency), il numero di acquisti effettuati (Frequency) e il totale speso (Monetary). Voglio che tu analizzi questi dati secondo la logica RFM e mi suggerisca: i) come segmentare i clienti in gruppi significativi, ii) quali clienti potrebbero essere a rischio abbandono, iii) quali clienti hanno un alto potenziale per *cross-selling* o *upselling*, iv) quali azioni potrei intraprendere per ciascun segmento”.

È importante ricordare però che, prima di caricare qualsiasi file contenente dati aziendali o personali, è buona prassi anonimizzare le informazioni sensibili (es. nomi, e-mail, riferimenti identificativi) e verificare le impostazioni di privacy dello strumento utilizzato.