

31 марта 2025

Фиджитал-революция: трансформация клиентского опыта в цифровую эпоху

Современный бизнес столкнулся с кардинальным изменением поведения потребителей. Клиенты больше не разделяют взаимодействие с брендом на онлайн и офлайн — они ожидают единого, бесшовного опыта на всех точках контакта. Это требует принципиально нового подхода к управлению клиентскими данными и построению коммуникаций.

Поэтому бизнес должен учитывать особенности восприятия клиентов, которые делятся на четыре типа:

- визуалы (65%),
- аудиалы (15%),
- кинестетики (10%),
- дигиталы (10%).

Каждый тип требует особого подхода: визуалам важна графика, аудиалам — звук, кинестетикам — тактильный опыт, а дигиталам — данные и логика.

Использование мультисенсорных решений повышает эффективность маркетинга на 45-60% и увеличивает лояльность клиентов. Персонализация взаимодействия на основе типа восприятия дает компаниям конкурентное



преимущество, повышая средний чек и удовлетворенность.

Традиционные CRM-системы, долгое время бывшие стандартом работы с клиентами, сегодня демонстрируют свою ограниченность. Они эффективно работают со структурированными данными о совершенных сделках, но не способны объединять информацию из множества цифровых и физических каналов взаимодействия. Именно поэтому бизнесу необходима интеграция CRM с [Customer Data Platform \(CDP\)](#) — системой, которая создает единый профиль клиента, учитывающий все его взаимодействия с брендом: посещение сайта, реакции на email-рассылки, покупки в офлайн-магазинах и даже данные с камер видеонаблюдения. Такая комплексная аналитика позволяет не просто фиксировать историю покупок, но и прогнозировать будущие потребности клиентов.



Результаты внедрения фиджитал-решений говорят сами за себя. Компании, объединившие CRM и CDP, отмечают **рост эффективности маркетинговых кампаний на 35-40%**.

Магазины, использующие технологии дополненной реальности для виртуальных примерок, **сокращают количество возвратов на 35-40%**. Гибридные форматы обслуживания, позволяющие оформить заказ онлайн и получить его офлайн, **снижают нагрузку на колл-центры на 25-30%**. А единые клиентские профили **увеличивают показатель повторных покупок на 18-22%**.

Эти цифры подтверждаются авторитетными исследованиями. По данным НАФИ, более 60% российских потребителей уже предпочитают гибридные форматы взаимодействия с брендами. McKinsey отмечает, что компании, внедряющие фиджитал-решения, демонстрируют рост доходов на 15-20%, в то время как те, кто игнорирует этот тренд, теряют до 30% клиентской базы. При этом 78% потребителей, согласно Deloitte, ожидают персонализированного подхода, учитывающего их предпочтения на всех каналах взаимодействия.

Успешные кейсы демонстрируют, что современные технологии действительно меняют правила игры. Дополненная реальность увеличивает конверсию в продажах на 25-40%, решения на основе интернета вещей сокращают логистические издержки на 12-15%, а системы единых клиентских

профилей повышают эффективность кросс-продаж на 15-20%. В результате, как показывают исследования Аналитического центра при Правительстве РФ, уже 70% компаний из топ-500 активно внедряют фиджитал-решения.

В условиях новой цифровой реальности бизнесу необходимо срочно пересматривать подходы к работе с клиентами. Интеграция CDP с существующими CRM-системами, внедрение технологий дополненной реальности, создание единых клиентских профилей и обеспечение бесшовного опыта на всех каналах взаимодействия перестают быть конкурентными преимуществами — они становятся обязательными требованиями для выживания на рынке. Компании, которые уже сегодня начинают эту трансформацию, получают значительное преимущество и закладывают фундамент для устойчивого роста в будущем.

