

Integracja systemów i danych wciąż w sferze planów:

22%

działów marketingu twierdzi, że dostępne im zbiory danych są w stanie dać w pełni satysfakcjonujący i spójny obraz klienta

49%

zespołów sprzedaży twierdzi, że działa w oparciu o w pełni zintegrowane systemy informatyczne

36%

działów obsługi klienta twierdzi, że ma dostęp do zintegrowanych systemów uwzględniających dane ze zdarzeń i dane z obszaru oczekiwań i zaangażowania klientów