

®

Il

Il

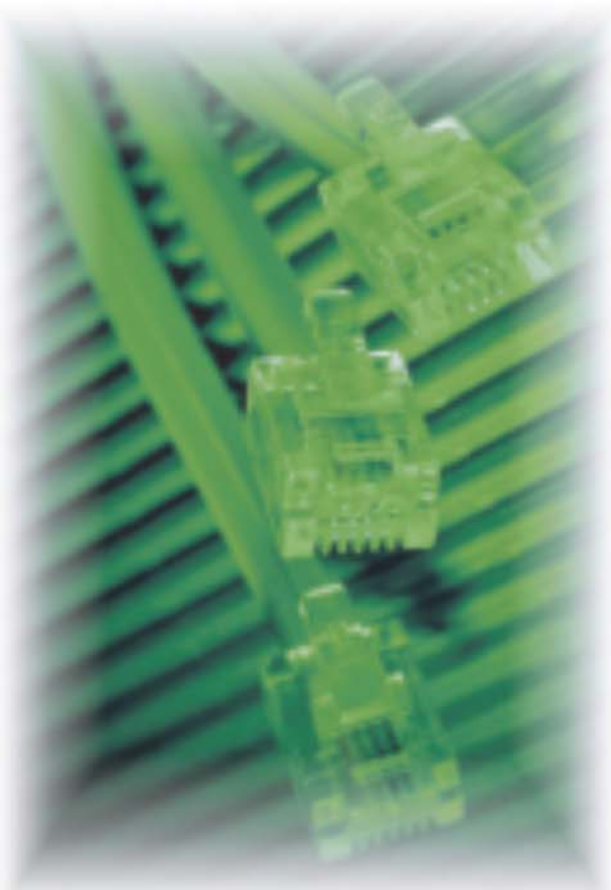
di

co

re

Re

Guida di valutazione





Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

Guida di valutazione tecnico-commerciale

INDICE

1.1	Il CRM professionale con Recall	
1.2	Descrizione generale.....	
1.3	Caratteristiche Tecniche e requisiti	
1.4	Funzioni principali	
1.4.1	Le informazioni e gli eventi	
1.4.2	Il Monitor principale	
1.4.3	Gli ambienti Microsoft.....	
1.4.4	La Pianificazione delle attività	
1.4.5	La visione integrata.....	
1.5	Funzioni speciali.....	
1.5.1	Filtri avanzati	
1.5.2	Modulo collegamento centralino aziendale	
1.5.3	Modulo integrazione FAX in ingresso ed in uscita	
1.5.4	Come funziona il modulo integrazione Fax	
1.5.5	Gestione archivi in rete	
1.5.6	Gestione multisede	
1.6	Considerazioni sugli obiettivi aziendali con il CRM.....	
1.6.1	Obbiettivi dell'impresa.....	
1.6.2	Il ritorno economico	
1.6.3	Effetti positivi riscontrati usando un CRM.....	

Rev. 1.1 del 8.03.2006



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.1 CRM professionale con Recall

Il tuo assistente attivo per controllare le vendite della tua impresa!

1.2 Descrizione generale

Recall è frutto dell'esperienza di un team di professionisti ed è un'applicazione software che continua ad essere sviluppata ed aggiornata attraverso case history di nostri clienti e loro richieste, che permettono di affermare la validità del progetto che continua a crescere, evolvendosi con gli aggiornamenti. Oggi è tra le soluzioni più avanzate ed efficaci disponibili per la piccola e media impresa, per organizzare il reparto commerciale e le persone customer oriented.

Recall ha cambiato il modo di controllare e di gestire l'attività commerciale analizzando tutti i tipi di contatti intercorsi quali incontri, dimostrazioni, chiamate, meeting, workshop collettivi, per la pianificazione di strategie di marketing e per disporre velocemente di statistiche che altrimenti richiederebbero tempo, risorse e costi.

Recall è inoltre in grado di crescere con l'evolversi della propria attività grazie all'utilizzo di piattaforme standardizzate, facilmente personalizzabili e implementabili, trasformandosi in un vero e proprio assistente attivo condiviso dal gruppo di lavoro.

Recall permette infatti di lavorare con tranquillità integrando in modo continuato le informazioni clienti/fornitori e distribuendo nel team aziendale la visione completa ed aggiornata di una situazione nel momento in cui serve ed a chi serve, valorizzando così la sua funzione primaria.

Grazie all'integrazione con i centralini telefonici aziendali, quando il cliente telefona si attiva sul computer la scheda del contatto, aumentando così l'efficacia del team aziendale nel fornire le risposte giuste in tempi brevi e assolvendo al meglio l'importante missione di migliorare la soddisfazione del cliente.

La condivisione delle informazioni è una risorsa strategica primaria in particolare quando le persone cambiano di ruolo o di azienda, perché consolida la conoscenza in modo permanente, duraturo e incrementale, generando il valore della conoscenza quale "vantaggio competitivo e patrimonio aziendale".

Recall prima di tutto è semplice ed intuitivo nell'uso e consente di analizzare con semplicità le situazioni dei clienti/fornitori grazie alla flessibilità dei parametri a livello di singolo utente.

Con un pratico cruscotto di gestione si possono selezionare i report in base all'obiettivo dell'analisi (indagini generali, analisi offerte in corso, report di attività, azioni in aree geografiche e classifiche), personalizzarle come si desidera e con un solo click esportarle in altre applicazioni (PDF, HTML, XLS, DOC...), pianificarne l'invio per e-mail o fax, archivarle in cartelle di rete o anche prepararle per la pubblicazione su internet. E' una applicazione Client/Server accessibile da remoto con un qualunque browser di navigazione per una migliore flessibilità. Recall acquisisce i dati in tempo reale da qualsiasi utente connesso che si è abilitato profilandosi con nome utente e password per essere identificato ed abilitato e seleziona il grado di informazioni a cui può accedere quel singolo utente.

Recall è in grado di gestire un numero praticamente illimitato di utenti locali o remoti e di controllare un numero illimitato di sedi o di agenzie unificando la modulistica, le offerte, le brochures.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.3 Caratteristiche Tecniche e requisiti

- Applicazione in architettura Client/Server anche in remoto o ASP
- Database SQL Server 2000/2005
- Numero illimitato di utenti/operatori con licenza dinamica
- Numero illimitato di anagrafiche Clienti/Prospect
- Modulo centralino telefonico per gestione Inbound con identificazione chiamante e pop-up applicazione su scheda identificativa del CLI chiamante
- Compatibilità con protocollo Tapi standard per sistemi centralini telefonici PBX
- Archivi per Microsoft® SQL con database incluso (non è necessario acquistare la licenza di Microsoft® SQL fino a 4Gb di dati)
- Collegabile a sistemi di server ridondanti o in Cluster
- Modulo integrato con sistema FAX RelayFax 6.x
- Linguaggio di programmazione ASP/JavaScript
- Gestione privacy delle schede
- Gestione tabellare dei dati per manutenzioni ed operazioni avanzate
- Rubrica telefonica aziendale centralizzata
- Associazione automatica del nome presente in rubrica al numero chiamante-chiamato
- Selezione automatica dei numeri in rubrica attraverso collegamento tra applicazione del PC e telefono derivato
- Gestione avanzata di filtri, tabelle, eventi, documenti, etc.
- Gestione password con profilazione utente multilivello
- Configurazione guidata per un'installazione semplice
- Aggiornamento in automatico via Internet Live Update con abbonamento
- Disponibile in 3 lingue ITA-ENG-DEU

1.4 Funzioni principali

1.4.1 Le informazioni e gli eventi

Recall è in grado di gestire tutte le informazioni sul contatto cliente, prospect o fornitore o quant'altro si desidera memorizzare nelle schede elettroniche. La metodologia adottata è tale da soddisfare in modo standard le richieste più particolari e permette una organizzazione a diversi livelli e con differenti criteri di segnalazione tra cui: area geografica, data evento, documento prodotto, tipologia del contatto, informazione campo libero, etc.

Recall è davvero facile da usare ed oltre a visualizzare eventi, classificare i contatti, ricercare contatti per tipologia, generare mail di news o di promozione e stamparle o esportarle in vari formati (PDF, Excel, Word).

E' possibile applicare filtri ad ogni report con grande semplicità grazie a strumenti avanzati che consentono di personalizzare l'insieme dei dati analizzato e salvarli in un'apposita cartella "Personali" per richiamarli successivamente con un solo click.

Tutti i report possono essere inoltre personalizzati con il logo dell'azienda. Nel caso si presenti la necessità di modificare il contenuto a livello di tipologia di dati estratti, oppure il formato (layout) del report è possibile richiedere, ai Business Partner Recall, la personalizzazione come servizio opzionale.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.4.2 Il Monitor principale

Il Monitor di Recall è progettato per offrire uno strumento di controllo pratico e capace di scendere in dettagli scalabili con un solo click in tempo reale. Per coloro che gestiscono gruppi di lavoro e forze di vendita sparse sul territorio è facile verificare il numero di offerte prodotte per codice agente oppure le visite registrate come anche le telefonate.

Il disegno dell'architettura e l'organizzazione aggregata delle tabelle permette un utilizzo immediato e personalizzabile in base alle proprie esigenze con filtri avanzati, aperto a sviluppi personalizzati o progetti specifici.

E' possibile inoltre definire un numero illimitato di profili utente per le differenti esigenze di controllo, richiamabili con 1 solo click.

1.4.3 Gli ambienti Microsoft

Il prodotto è interfacciato a MS-Word per la gestione unica dei documenti in ingresso ed in uscita, ad Excel per la gestione delle statistiche, grafici e tabelle di Pivot, ed a RelayFax per la gestione dei fax in ingresso ed in uscita.

1.4.4 La Pianificazione delle attività

Recall e' uno strumento eccezionale di ottimizzazione dei contatti e di condivisione delle informazioni che rende estremamente efficiente il controllo delle attività. L'obiettivo e' quello di

usare un semplice strumento di pianificazione con uno scadenziario di tutte le attività ed i controlli ricorrenti, in base alle proprie esigenze.

1.4.5 La visione integrata

- Gestisce la scheda anagrafica cliente/fornitore con ampia raccolta di dati, classificazioni, campi di interesse, ruoli/riferimenti dei singoli nominativi operanti all'interno della struttura con i quali si intessono le varie attività, tabelle ed altri campi personalizzabili direttamente dall'utente.
- Agganciata ad ogni anagrafica cliente/fornitore esiste l'elenco delle attività svolte da parte di tutto il personale aziendale quali ad esempio: chiamate, incontri, appuntamenti in corso e da fissare, dimostrazioni, emissioni di preventivi/offerte, documenti con specifiche tecniche, Non Conformità e reclami ed ogni altro tipo di informazione ritenuta utile e condivisibile
- Dalla scheda anagrafica si può accedere direttamente all'archivio documenti per l'emissione, consultazione, modifica e ri-emissione degli stessi in tempo reale.
- La gestione dei documenti di tipo preventivo/offerta si appoggia all'archivio prodotti dove tutti gli articoli prodotto/servizi/attività vengono inseriti suddivisi per gruppi/marche con prezzi di acquisto, di vendita ed altri campi personalizzabili.
- Gestisce l'agenda interattiva condivisibile.
- Ogni tipo di attività è identificabile per fasi.
- Elabora statistiche a vari livelli e statistiche personalizzabili.
- Costituisce un valido aiuto per l'organizzazione delle azioni di marketing, crea etichette per l'invio dei mailing, effettua l'invio di e-mail e fax di gruppo.
- Permette la gestione diretta delle telefonate in ingresso ed in uscita, effettua chiamate direttamente da PC, ad ogni telefonata in entrata viene visualizzata automaticamente la scheda Cliente chiamante.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.5 Funzioni speciali

1.5.1 Filtri avanzati

Grazie ai Filtri avanzati è possibile selezionare un insieme preciso di dati sulla base dei campi presenti nell'archivio che si vuole filtrare. E' possibile applicare un ordinamento alla visualizzazione dei dati, anche sulla base di più campi.

Recall mette a disposizione una serie di Filtri avanzati già pronti per essere utilizzati, modificati o applicati nei report.

1.5.2 Modulo collegamento centralino aziendale

Questo modulo aggiuntivo di Recall ha segnato una svolta nell'integrazione del posto di lavoro con il telefono o derivato interno del sistema telefonico centralizzato. La scrivania di lavoro di un commerciale viene trasformata in un ambiente semplice e integrato con la LAN aziendale in cui il telefono ha un ruolo importante nella comunicazione attiva. A seconda del tipo di centralino si possono ottenere diversi gradi di integrazione con diverse funzionalità che sono ottimizzate con i centralini di ultima generazione IP.

Recall supporta anche la gestione della tecnologia VOIP (Voice over Internet Protocol) capace garantire di forti risparmi nella telefonia.

Recall tiene nota delle chiamate ricevute e dei numeri composti che non sono ancora presenti in Rubrica e richiede in automatico il nome, l'indirizzo, la località e la provincia aggiornando così la Rubrica telefonica.

Inoltre, tramite un dispositivo di collegamento tra telefono e il PC, Recall permette di comporre un numero telefonico presente nella Rubrica con un semplice click del mouse.

1.5.3 Modulo integrazione FAX in ingresso ed in uscita

Recall funziona con i principali standard di collegamento per collegarsi ai principali prodotti informatici di gestione trasmissioni Fax sia in invio che in ricezione. Recall ha però sviluppato una strategia specifica con il prodotto RelayFax della statunitense "Alt-n", un prodotto professionale e completo che di seguito illustriamo come integrazione tra fax posta elettronica telefono e la console di Recall.

Grazie a RelayFax con un solo modem-fax è possibile inviare fax da ogni postazione client della rete e ricevere fax nella propria casella di posta anche a PC spento. RelayFax è il fax-server che garantisce a tutti i PC della rete completa autonomia nella gestione dei fax, automatizzando i processi di trasmissione, ricezione e gestione del traffico fax attraverso la creazione di un archivio. La maggior parte delle aziende utilizza il fax e la posta elettronica. Integrare questi mezzi di comunicazione rappresenta un indiscutibile vantaggio in quanto permette di condividere il fax aziendale tra tutte le postazioni della rete ed il reperimento in archivio elettronico automatico dei documenti inviati o ricevuti. Inoltre ogni operatore ha la possibilità di spedire e ricevere documenti fax direttamente dalla propria scrivania.

Questa semplice implementazione permette inoltre di avere sempre sotto controllo l'intero traffico fax e di documentarlo tramite un rapporto periodico.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.5.4 Come funziona il modulo integrazione Fax

Il modulo Recall che integra RelayFax collega l'applicazione CRM e la posta elettronica (mail server esistente) al sistema elettronico semplificato del fax aziendale. L'effetto è la gestione dei messaggi di fax in entrata e in uscita tramite il sistema di posta elettronica. RelayFax converte i fax in messaggi di posta elettronica. Dalla postazione che trasmette il fax viene inviata un'e-mail che viene parcheggiata in una delle caselle POP dedicate sul mail server. Ad intervalli regolari e configurabili l'applicazione recupera i messaggi dalle caselle postali, li converte in formato inviabile via fax e li trasmette.

La ricezione avviene in maniera analoga. I fax ricevuti dall'applicazione tramite il fax-modem vengono convertiti in immagini o in file PDF. Queste immagini o PDF vengono allegate a messaggi di posta elettronica e inviati alle caselle postali degli utenti del mail server.

Una funzione semplice permette una sofisticata gestione dei fax in ingresso e in uscita: con delle regole personalizzabili è possibile instradare automaticamente i fax in ingresso verso alcune persone o dipartimenti, per esempio in base al numero del mittente o in base al numero chiamato.

Senza cambiare abitudini consolidate

Per non cambiare le abitudini aziendali della ricezione fisica del fax, è possibile distribuire i fax direttamente sulla scrivania della persona interessata in modo elettronico e contemporaneamente avviare una stampa dello stesso documento su una stampante predefinita o sullo stesso fax.

L'esigenza più sentita nelle aziende che adottano questo sistema di gestione fax, è infatti il reperimento immediato del documento in caso di necessità'.

Gestione comunicazioni di promozioni marketing

Il posto di lavoro singolo così organizzato per la gestione del fax permette di stampare direttamente da qualsiasi applicazione Windows e di raggiungere via fax chiunque, in ogni luogo. Questa funzione unita alla capacità di Recall di segmentare clienti con molteplici criteri di target per campagne marketing, permette di automatizzare completamente ed in modo mirato l'invio di promozioni ai clienti e prospect anche via fax.

Dal Fax al PDF

Questo ambiente di lavoro consente di convertire i fax che riceve e li inoltra al destinatario sotto forma di e-mail. Il fax può essere convertito in formato immagine TIF oppure in immagini di tipo PNG ma anche in un file PDF. L'immagine o file PDF vengono allegati successivamente a un'e-mail e consegnati al destinatario. Ma è possibile anche estrarre gli allegati da una mail e inviarli automaticamente sotto forma di fax. Questa funzione è svolta dal server-fax che estrae il documento e lo utilizza come allegato di posta o come fax per una gestione completa.

Riconoscimento dei caratteri OCR

L'applicazione Recall con il modulo fax dispone anche di un plug-in per il riconoscimento ottico dei caratteri OCR (Optical Character Recognition). Il modulo OCR consente di leggere e distribuire automaticamente i fax in ingresso, in base al contenuto.

Una funzione molto apprezzata nel riconoscimento ottico dei caratteri è quella che rende possibile la conversione di un fax in ingresso in un documento modificabile, esattamente come i file con formato DOC, PDF o HTML.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

Compatibilità estesa ai modem

In RelayFax 6 sono stati integrati due nuovi motori per migliorarne la compatibilità con i diversi modem, per supportare la correzione degli errori ECM (Error Correction Mode) e i nuovi standard di velocità fino a 33,6 Kbps. E' possibile inviare fax con schede fax di diversi costruttori, per esempio: BrookTrout, GammaLink, Bicom, Dialogic, NMS e sono supportati i modem Multitech MT5634ZBA.

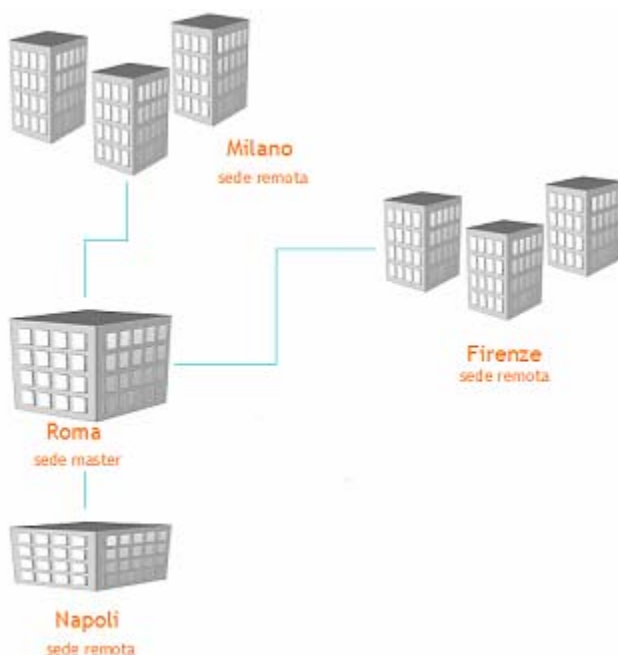
L'interfaccia di configurazione del prodotto consente la gestione di tutte le principali caratteristiche come per esempio il controllo della velocità della COM, il volume dello speaker, etc. E' importante puntualizzare che il prodotto supporta anche normalissimi modem seriali, purché dotati di riconoscimento di chiamata (Caller ID).

1.5.5 Gestione archivi in rete

Gli archivi di Recall possono risiedere su una qualsiasi directory di rete ed essere consultati da qualunque computer collegato e abilitato attraverso la versione Client di Recall. È possibile così rendere disponibile le informazioni di Recall a tutti i collaboratori, interni o esterni all'azienda, il tutto senza muoversi dalla propria scrivania.

1.5.6 Gestione multisede

Recall è in grado di raccogliere i dati da più sedi distribuite geograficamente e centralizzare le informazioni delle attività e dei documenti creati su un unico server, senza limiti per numero di client collegabili. Per fare questo vengono usate delle licenze client dinamiche in modo da verificare solo il numero massimo di utenti contemporanei che accedono sulla macchina server.





Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

1.6 Considerazioni sugli obiettivi aziendali con il CRM

1.6.1 Obiettivi dell'impresa

Tutte le strategie che un'azienda elabora contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi capaci di creare maggior profitto e ricchezza che possano garantire la sua espansione. Recall fornisce un mezzo per curare i clienti acquisiti che sono il patrimonio e la storia di ogni azienda. Se non avete considerato questo elemento di ricchezza e le sue potenzialità sarà utile la lettura delle considerazioni che seguono.

Aumentare la competitività sul mercato

Per aumentare le vendite sul breve e medio termine è importante che l'azienda sappia reagire velocemente alle sollecitazioni che arrivano dal mercato, individuare le sacche e le nicchie che ancora non si sono esplorate e arrivare velocemente all'utente target.

Sono fondamentali a tal fine:

- La capacità di individuazione, assunzione e gestione di nominativi ed informazioni
- Velocità nel disegnare campagne marketing e commerciali
- Velocità nel contatto e capacità di memorizzare elementi, nominativi, informazioni
- Capacità di analisi dei dati raccolti per gestione continuata delle opportunità
- Migliorare costantemente le relazioni con i clienti acquisiti usando le informazioni per ottenere una relazione più efficace e sempre a disposizione del team azienda

Aumentare il margine di contribuzione di ogni vendita

Considerato che ogni prodotto o servizio contribuisce con il proprio margine a quello complessivo ed in definitiva all'utile dell'esercizio, è importante che venga applicata una strategia che abbassi al massimo il costo di ogni singola transazione commerciale in termini sia dei processi dedicati che dello sforzo impiegato (persone e tempo)

Devono quindi essere tenuti in considerazione:

- Il costo dell'operazione che porta alla vendita
- Il costo del prodotto se trattasi di operazione commerciale
- Il costo dei processi di produzione nei casi di vendita di un prodotto interno
- Il costo dei processi di delivery.

Abbassare il costo di esercizio dell'azienda

L'azienda è una struttura di persone e di processi di vario genere. Come una sorta di organismo vivente, alcuni processi e persone hanno un fine direttamente collegato alla vendita, altri quello di consentire all'organismo stesso di esistere e vivere. Nel computo generale, i costi associati ai processi interni ed alle persone coinvolte sono di notevole incidenza ai fini dell'utile globale.

Per questa ragione è importante avere procedure e meccanizzazione del maggior numero possibile di processi con il fine di abbassare il costo ed armonizzare le azioni in un disegno aziendale organizzato. La missione è quella di prevedere il minor numero possibile di processi e di persone per il raggiungimento degli obiettivi.

Aumentare le vendite nel breve e nel medio periodo

Uno dei più importanti componenti attivi del grafico delle performance aziendali è manifestamente il valore del venduto che si prevede nel breve e medio termine. Ogni modo per aumentare le vendite deve essere tenuto in considerazione, verificato ed applicato. E' importante diversificare le strategie sul breve e sul medio termine in quanto perseguono diversi obiettivi con diversi metodi d'approccio e di applicazione. Diverse infatti sono le necessità



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

nei processi di marketing ed in quelli commerciali come diversi allo stesso modo devono essere i target ai quali applicare le offerte.

1.6.2 Il ritorno economico

Vi sono molte considerazioni che sostengono l'implementazione di un sistema CRM in azienda, primo tra tutti il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Questa parte della guida vuole proporre alcuni aspetti che possono essere condivisi per una riflessione. A livello economico comunque basta ricercare i fenomeni positivi che possono essere monetizzati. Anche una sola vendita che si genera con questa organizzazione è di solito sufficiente a bilanciare i costi del prodotto. Comunque è la visione del metodo che conta perché deve essere attuato e quindi si tratta di condividere questo pensiero strategico in azienda.

Risparmio delle risorse impegnate nella produzione dei dati

Un'importante fattore di recupero dell'investimento è da ricercarsi nella più semplice manipolazione dei dati (non consolidati) per estrarre opportunità, analisi e produzione di statistiche. In relazione al numero di persone impegnate, dalle ore trascorse giornalmente in tali attività, e dalla maggior produttività prevista, è possibile ottenere una stima delle ore uomo recuperate.

Duplicazione di informazioni e trasferimenti di files

Per fornire dati all'area commerciale dell'azienda si effettuano giornalmente trasferimenti di files e copie. Questo fattore contribuisce a creare barriere nella collaborazione del team aziendale dove ognuno elabora basi dati a fini personali (tipicamente Excel) ottenendo risultati disomogenei e non ricostruibili, perdendo il beneficio di accrescere le informazioni e consolidarle. Questa è una attività che distrugge la conoscenza aziendale, anche se purtroppo è molto frequente in molte società.

La sostituzione di tanti metodi e files in azienda con un'unica applicazione di gestione come il CRM è il miglior modo per organizzare e condividere un metodo, pur consentendo ad ogni utente molti parametri individuali che garantiscono una flessibilità unica.

Diminuzione del costo di gestione dei nominativi

Un CRM grazie ai suoi tools integrati per il caricamento dei nominativi da programmi esterni, consente di abbreviare i tempi necessari alle operazioni di caricamento dei dati. Sono anche più semplici le fasi di assegnazione dei contatti ai commerciali

Diminuzione del costo delle vendite

I tools del CRM sono stati ideati per una più semplice ed efficace gestione delle campagne promozionali come per la costruzione di librerie di documenti riutilizzabili o la ricerca del listino aggiornato. La costruzione di un database con tutti i dati relativi alle molte posizioni dei clienti consente di ottenere più velocemente le liste dei nominativi su cui le campagne devono essere effettuate o identifica azioni di vendita in up selling per aggiornare i clienti su un dato prodotto.

1.6.3 Effetti positivi riscontrati usando un CRM

La creazione di un sistema di Customer Relationship Management in un'azienda apporta importanti contributi per il raggiungimento degli obiettivi d'impresa e consente di applicare strategie altrimenti non impiegabili.

Meccanizzazione delle fasi di Marketing

Un CRM gestisce la creazione di processi di marketing efficienti, controllabili e ripetibili nel tempo.

La gestione centralizzata dei contatti consente d'evitare sovrapposizioni di anagrafiche, perdita o sottrazione di documenti. La creazione di librerie di documenti di ogni tipo consente di uniformare e meccanizzare gli invii di offerte commerciali, inviti, eventi e



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

uniformare e meccanizzare gli invii di offerte commerciali, inviti, eventi e promozioni tenendo traccia di tutte le attività. Un sistema di gestione degli eventi e delle campagne consente una maggior efficienza nelle fasi operative e in quelle successive memorizzando e controllando le informazioni di ritorno.

Miglioramento dell'efficacia nei processi commerciali pre-sales

La meccanizzazione delle trattative consente:

- la progressiva uniformazione dei metodi applicati, la costruzione di una base dati da utilizzare per le proiezioni e le analisi sui fenomeni registrati
- la tracciabilità di ogni trattativa e lo studio dei fenomeni ricorrenti per individuare trend
- la costruzione di una base di conoscenza sui processi e metodi usabili come oggetto di studio nella formazione di nuovi commerciali o agenti inseriti nel gruppo
- operazioni commerciali su grandi numeri di destinatari con abbassamento del costo per la vendita
- la creazione automatica o guidata degli steps formanti ogni trattativa con possibilità di allarmi successivi sulle operazioni da effettuare

Semplificazioni delle indagini sulle previsioni di vendita

Il dubbio di ogni direttore commerciale: quanto fattureremo nei prossimi mesi?

A questa domanda un sistema CRM consente di dare una previsione sulla base delle trattative inserite. Un percorso studiato aziendalmente compone ogni trattativa. Ad ogni passo normalmente si associa una probabilità di chiusura della trattativa.

Una proiezione è quindi realizzabile con un esame delle trattative aperte che si presume si trasformeranno in ordine in un certo periodo.

La base dati delle trattative aperte, anche a segmenti per tipo di prodotto o servizio, consente un'analisi molto importante al direttore commerciale: la ricerca dei fenomeni ostacolanti al raggiungimento del budget. Infatti solo conoscendo i fenomeni alienanti si possono individuare i rimedi da porre in atto o dei correttivi che servono a superare una obiezione ricorrente.

Quadro complessivo sul cliente

Un sistema CRM gestisce una base di dati ed una serie di processi orientati al cliente. A differenza di tutti i prodotti software presenti in azienda (Gestionale, produzione, statistici, etc.) tipicamente orientati alle esigenze dell'azienda, solo l'applicazione del CRM è orientata alle esigenze dei clienti. Le funzioni dell'azienda che operano in relazione al cliente hanno la possibilità di acquisire e fornire informazioni immediatamente fruibili per i commerciali e gli esecutivi.

Un pannello del CRM consente la selezione di un cliente e la successiva possibilità di navigare su tutti i dati associati. Sono così disponibili tra gli altri documenti:

- le informazioni anagrafiche del cliente e i nomi dei contatti interni
- le trattative aperte e il loro stato
- i prodotti venduti negli anni
- i casi e le segnalazioni aperte
- i contatti attivi
- i progetti in corso
- le annotazioni particolari
- i servizi o i contratti di servizio
- le preferenze
- etc.



Potenza & Semplicità nei contatti e nel marketing

Fidelizzazione dei clienti attivi

I commerciali sempre alla ricerca di nuove opportunità di vendita, spesso trascurano i rapporti con i clienti a favore di nuovi contatti e speranze.

Un sistema di CRM consente facilmente di tenere sotto controllo le attività di delivery sui clienti attivi, consente cioè di individuare opportunità di vendita difficilmente osservabili senza appositi strumenti. A volte è sufficiente curare i clienti per recuperare quote di fatturato anche in una fase di mercato difficile. Il CRM permette di osservare bene queste situazioni e una piccola regia di marketing interno è in grado di lavorare parallelamente alla forza di vendita per una serie di attività minori, ma non meno importanti soprattutto se gestite senza grandi sforzi.

Ecco alcuni casi:

- contratti di assistenza ad ore prossimi all'esaurimento
- materiale di consumo che si presume terminato
- beni soggetti a riordino periodico
- prodotti ciclicamente rinnovati
- conclusione del ciclo di vita di prodotti tecnologici
- componenti soggetti ad usura
- servizi e prodotti complementari
- proposizione di servizi aggiuntivi