

## II CRM

*Facciamo ciò che è necessario per farti produrre meglio.*



### Ottimizzatori di Aziende

#### Perché un CRM... Lavorare non è mai stato così semplice!

Nella vita di ogni azienda è cosa normale entrare in contatto con innumerevoli soggetti, siano essi clienti, fornitori, partners o semplicemente conoscenze che potrebbero divenire importanti per il proprio business.

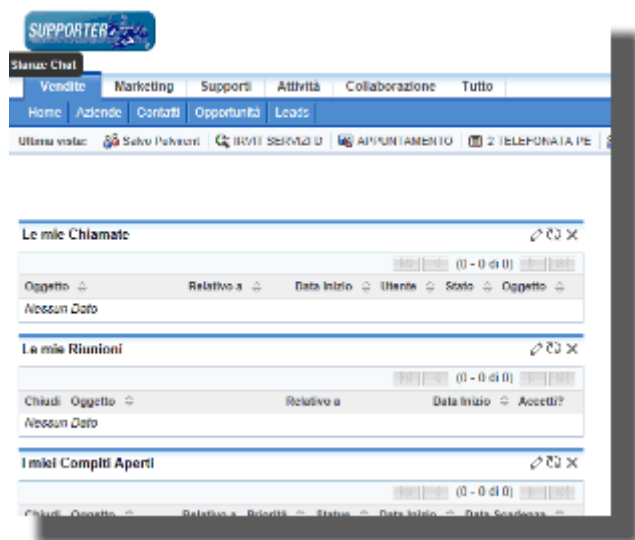
Se si tratta di clienti, fornitori e partners, probabilmente si è avuta l'accortezza di raccogliere i loro dati nel classico foglio di excel (con tutta la scomodità di scorrere in lungo e in largo un file di tal genere) e le fatture di vendita e di acquisto daranno visione degli affari avvenuti.

Difficilmente, così, si potrà mai avere una visione d'insieme del fatturato generato da ognuno di questi rapporti nonché di note importanti e necessarie a completare il bagaglio di informazioni di quel soggetto, sia essa persona o azienda.

Se, invece, sono conoscenti si finisce, di solito, con il collezionare biglietti da visita, più o meno scarabocchiati dai nostri appunti, necessari a ricordarci il "come, quando e perché" di quel biglietto, che probabilmente dopo un pò risulterà pure difficile ritrovare.

Certo, tutto questo non aiuta all'ottimizzazione del lavoro, ancor peggio se si deve condividere con altri, in azienda, questa quantità di informazioni, ad esempio con collaboratori, rete vendita di agenti, etc.

Un **CRM** ("Customer Relationship Management", letteralmente traducibile in "Sistema di gestione dei rapporti con la clientela" ma non solo...) è un sistema che permette di avere in un unico ambiente la possibilità di gestire liste, contatti, note, chiamate, scadenziari, appuntamenti, promemoria, appunti...



Con il vantaggio di essere accessibile, con users e passwords personalizzate, al personale dell'azienda da qualunque browser internet online con tutti i benefici che questo comporta.



## I plus di un CRM

### Gestione Piattaforma



Gestione raffinata dei livelli di accesso, personalizzazione dei moduli, definizione dei workflow, importazioni ed esportazioni, aggiornamenti e patch.

### Collaborazione



Condivisione del patrimonio informativo aziendale, gestione del project management e delle attività, comunicazioni interne al team di lavoro.

### Marketing



Creazione, gestione e monitoraggio di campagne marketing email, telefoniche, web, ecc.: sistemi CRM web based per il tuo marketing.

### Vendite



Creazione e monitoraggio delle opportunità, catalogo prodotti, formulazione proposte commerciali e gestione dei contratti.

### Assistenza



Applicazione open source per la gestione del servizio clienti, gestione dei ticket di assistenza, tracciamento e monitoraggio delle attività, portale web clienti.

### Mobile



Applicativo web based in italiano con cui avrai un accesso sempre garantito tramite mobile browser e App per Apple, Android e BlackBerry.

### Add-on ed Integrazioni



Sistemi in costante ampliamento con add-on, connettori e moduli personalizzati, integrazione con sistemi software e hardware.

### Reporting



Estrazione ed organizzazione minuziosa di tutti i dati presenti nel sistema, reporting avanzato e creazione di grafici personalizzati.

### Social CRM



Integrazione con social media come Linked-In, Facebook e Twitter.

Chat singola e multistanza integrata.

# Livelli Funzionali



I moduli di un CRM sono di solito tutti in relazione tra di loro e sono organizzati secondo macro livelli funzionali:

## Platform

Comprende tutto ciò che ha a che fare con la configurazione della piattaforma, della definizione dei livelli di accesso, della personalizzazione dei campi, dei moduli e dei workflow, della personalizzazione dell'interfaccia utente.

## Collaboration

Si riferisce agli scambi informativi/comunicativi interni all'azienda. Questo livello massimizza la collaboratività degli utenti che utilizzano il CRM, garantendo condivisione di informazione e gestione e ottimizzazione delle procedure di lavoro interne all'azienda. Comprende la gestione del project management.

## Marketing

Consente la pianificazione e gestione di campagne di marketing (email, telefoniche, SMS, LEAD generation) orientate all'acquisizione di nuovi clienti e nuove opportunità e alla fidelizzazione dei clienti già acquisiti.

## Sales

Include tutte le procedure orientate alla gestione dei processi di conversione che partono da una previsione di vendita e arrivano alla chiusura di una opportunità, comprendendo la gestione della rete di vendita, delle quote e il catalogo prodotti.

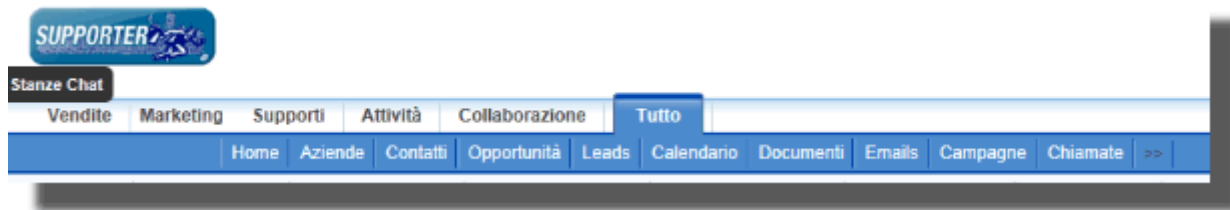
## Support

Ottimizza la gestione dell'assistenza erogata ai clienti. Attraverso la knowledge base, il customer portal e la gestione puntuale dei casi attraverso il complesso sistema di ticketing mette l'azienda in condizione di erogare un servizio di supporto alla clientela puntuale, preciso e sempre tracciato.

## Reporting

Offre l'opportunità di estrarre, in maniera semplice e veloce, qualsiasi tipo di informazione appartenente al patrimonio informativo aziendale e riprodurre tali informazioni nel formato più adeguato allo scopo.

## Moduli Nativi



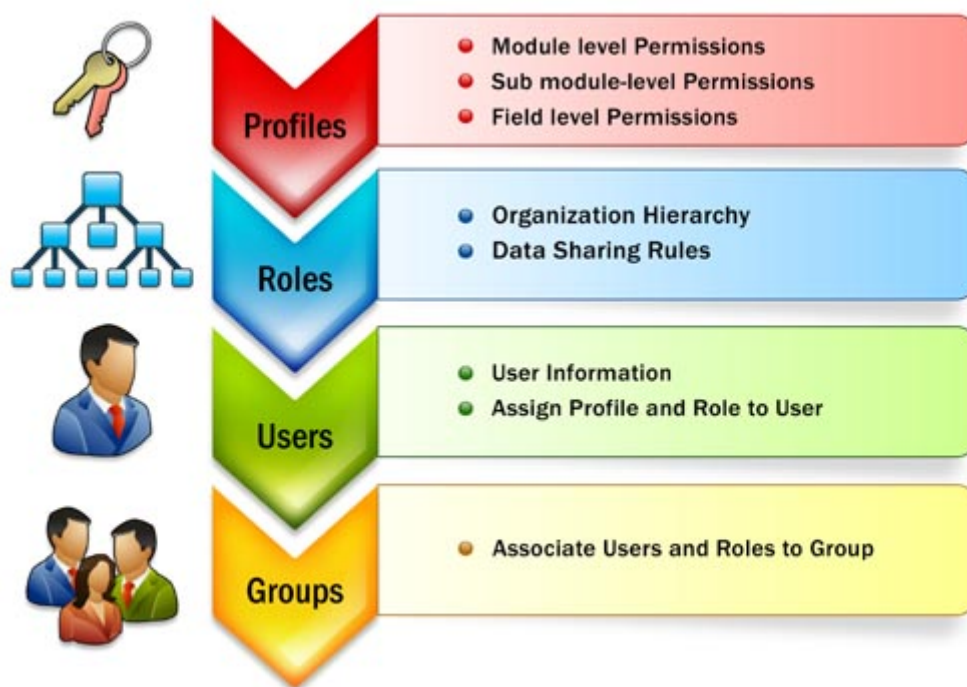
Tutte le informazioni sono sempre a portata di mano: dal nome dell'azienda o da un suo contatto, da un numero di telefono o da un prodotto preventivato, si risale velocemente a tutto ciò che riguarda l'azienda. Le informazioni sono tutte lì, non più frazionate in decine di file e di programmi: report e progetti crm.

Il CRM è già tradotto, per i moduli nativi, in **tutte le lingue che servono**: ogni utente accede con la sua lingua e vede la sua interfaccia.

L'**altissima definizione dei profili di accesso** consente di limitare la possibilità dei vari operatori in modo che vedano/agiscano esclusivamente su quanto di loro competenza, rispettando in pieno la politica aziendale in merito all'accesso alle informazioni.

I moduli nativi sono quei moduli di un CRM immediatamente disponibili sulla piattaforma.

- o LEADS, Prospects, Aziende e Contatti
- o Previsioni, Opportunità, Offerte, Prodotti e Contratti
- o Compiti, Chiamate, Riunioni e Calendario
- o Progetti
- o Reclami, Gestione Bugs, Knowledge Base
- o Email, Campagne e Liste Obbiettivi
- o Documenti, Note
- o Report
- o Amministrazione (Gestione gruppi, ruoli e utenti; personalizzazione campi, costruttore moduli, settaggi di sistema, settaggi email, ecc).



## CRM Mobile



**Con l'iPhone o l'iPad, con lo smartphone o il tablet Android, con il BlackBerry, la tua Azienda è sempre con te!**

Accedere al CRM in mobilità è semplicissimo:

- con la versione mobile navigabile col browser del dispositivo;
- con l'App scaricabile gratuitamente dall'Apple Store, da Google Play o da App World.

Con CRM Mobile lavori anche off-line!

# Implementazione CRM e Costi

## Massima libertà d'uso

L'applicativo può risiedere:

su dominio di **Supporter (servizio su "cloud")** e all'azienda/utente vengono rilasciate le utenze necessarie all'accesso (**uso esclusivo, utenze illimitate e manutenzione inclusa**),

oppure

su dominio personale dell'azienda/utente a cui vengono rilasciate le utenze necessarie all'accesso (**uso esclusivo, utenze illimitate e manutenzione inclusa**).



**Costi all-inclusive: € 1.000,00 + I.V.A. annui**

**Costi assistenza in remoto inclusi.**

**Backup giornaliero/settimanale incluso.**

**Add-on a preventivo.**



## 10 cose da sapere se pensi a un CRM

1. Il CRM è una filosofia. Coinvolge la strategia dell'azienda e le persone che la compongono. È un approccio, un credo, una volontà.
2. Il CRM è un'applicazione software. Tale applicazione riguarda ogni settore e ogni persona dell'azienda.
3. Il CRM pone al centro dell'attenzione il cliente. È diverso dal gestionale, che gestisce il prodotto. Il CRM diventa il veicolo per lavorare con le persone.
4. Il CRM è operativo: supporta le attività di back office, forza vendita, post-vendita, marketing, e-commerce e mobile.
5. Il CRM è analitico: permette la raccolta dei dati. Contribuisce alla conoscenza del cliente e dell'andamento dell'azienda.



6. Il CRM è social: agevola i rapporti personali con i clienti e tra i colleghi. Favorisce la comunicazione, attraverso canali di uso quotidiano.
7. Il CRM organizza le informazioni non strutturate, come una telefonata, un'email in entrata, uno scambio di informazioni con il collega.
8. Il CRM punta all'efficienza. Attraverso il CRM, l'obiettivo dell'azienda l'ottimizzazione di tempi e risorse.
9. Il CRM punta alla conoscenza del cliente. Attraverso il CRM, l'obiettivo dell'azienda è la fidelizzazione.
10. La massima espressione del CRM è il Datawarehouse. Un unico contenitore di informazioni ordinate e consultabili, il cuore pulsante dell'azienda.