

smau



MILANO 22-23-24 OTTOBRE 2014
FIERAMILANOCITY

Innovare per competere:
il ruolo del CRM come elemento
di vera misurabilità

Dr.ssa Brizzolari Chiara

Managing Director di Veneto Ricerche S.r.l.

Associata AISM

fieramilanocity

Customer Relationship Management

L'errore più grande è quello di associarlo a un software, mentre il **CRM** è un concetto strettamente legato a:

- **Strategia**
- **Comunicazione**
- **Integrazione tra processi aziendali**
- **Cultura d'azienda**

che mira a porre **il cliente al centro dell'attenzione**, sia nel campo B2B che in quello B2C



Customer Relationship Management

Il **contatto** con il cliente e la gestione della relazione, sono un'opportunità enorme per **aziende e PMI**.



Customer Relationship Management

Le aziende sono in possesso di un insieme di **informazioni** che, se **mappate**, danno l'opportunità di profilare i clienti e riorganizzare tutte le informazioni in un database strutturato.

Le aziende che sapranno **prima e meglio** rendere questo un **VALORE AGGIUNTO**, avranno un enorme **vantaggio competitivo** nel mercato.



Customer Relationship Management

Il **vantaggio competitivo** per l'azienda diventa essere in grado di:

- **Ascoltare** le esigenze dei **CLIENTI**
- **Costruire e monitorare** la relazione con i **CLIENTI**
- **Mappare ed aggiornare** le informazioni sui **CLIENTI**
- **Rispondere** in maniera chiara alle richieste dei **CLIENTI**

...con nuovi strumenti, in nuovi modi

Customer Relationship Management

E come può questa mole di informazioni contribuire ad incrementare il fatturato aziendale?

Come riuscire a sfruttarle per:

- ✓ **VENDERE DI PIU'**
- ✓ **VENDERE MEGLIO**



SMART DESK

Piattaforma Web configurata su misura che permette di integrare nel sistema aziendale le telefonate in entrata e uscita permettendo una **mappatura e registrazione** di tutte le attività successive.



Smart Desk

E' fondamentale per le aziende comprendere importanza e valore aggiunto di:

- ❖ **offrire tempestività** di risposta al cliente
- ❖ **suddividere le richieste** dei clienti per aree e competenze
- ❖ **offrire ai manager un monitoraggio** in tempo reale sullo stato delle chiamate e sulla presa in carico delle richieste dei clienti
- ❖ **eliminare** percentuali di telefonate e **richieste inevase**

Case History

Azienda italiana che ha implementato il proprio **CRM** con tools operativi in grado di permettere un ascolto attivo del **cliente potenziale**, ottenendo un **incremento delle vendite** e una crescita delle proprie quote di mercato.

Settore di appartenenza: **AUTOMOTIVE**



Case History

AZIENDA: AUTOSTAR GROUP Spa



Obiettivo

L'azienda ha deciso di sviluppare il **canale digitale** per aumentare la propria visibilità, generare leads e aumentare le **vendite**.

Attività svolta

L'attività di lead generation creata dall'azienda viene supportata e integrata da un **centralino intelligente** che riceve le proposte di preventivo e informazioni. I prospects vengono trasferiti in tempo reale ai reparti competenti **tracciando** ogni singolo lead, andando a **misurare** la produttività e la **qualità** del servizio offerto.

Smart Desk

In qualsiasi luogo, da qualsiasi dispositivo.



The screenshot shows the login interface for Veneto Ricerche. At the top left is the logo, a blue circle with a white 'V' inside, followed by the text 'Veneto Ricerche'. Below the logo is a login form with two input fields: 'Utente (indirizzo email)' containing 'info@venetoricerche.it' and 'Password' with a link '(password dimenticata)'. A blue 'Accedi' button is positioned below the password field. At the bottom of the form area, there is a badge that reads 'Garantito dalla thawte' with a small logo and the text 'fare clic per verificare' and '2014-10-21'.

Smart Desk

Una panoramica chiara e intuitiva.

Responsabile (... TEST ...)
Smart Desk

[Selezione campagna](#) | [Elenco schede](#)

| Stato chiamata | N° | Ragione sociale | Prov | Reparto | Marchio | Modello | Prezzo € | Riferimento | Richiesta | Priorità | Solleciti | Data chiamata | Richiamare entro | Preso in carico da | Gestione trattativa | Data prossimo appuntamento | Data ultima modifica | Alert |
|--------------------|-----|-----------------|------|---------|------------|------------------------|----------|-------------|------------------------------|----------|-----------|------------------|---------------------|--------------------|---------------------|----------------------------|----------------------|-------|
| Preventivo inviato | 662 | CLIENTE 5 | | USATO | MITSUBISHI | | 16900 | | Richiesta preventivo | Bassa | | 14/10/2014 15:34 | 14/10/2014 17:34:00 | VenditoreUSATO | In trattativa | 28/11/2014 | 21/10/2014 09:39 | |
| Nuova chiamata | 655 | CLIENTE 4 | MI | DACIA | DACIA | SETWAY | 12850 | | | Alta | 1 | 14/10/2014 11:14 | 14/10/2014 15:00:00 | | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |
| Nuova chiamata | 610 | CLIENTE 4 | MI | DACIA | DACIA | SETWAY | 12850 | | Verifica disponibilità mezzo | Bassa | | 10/10/2014 15:39 | 10/10/2014 17:48:00 | | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |
| Chiamata visionata | 203 | CLIENTE 3 | VI | USATO | OPEL | ASTRA SW GPL E BENZINA | | | Verifica disponibilità mezzo | Bassa | | 11/09/2014 16:25 | 11/09/2014 18:25:00 | VenditoreUSATO | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |
| Preventivo inviato | 176 | CLIENTE 2 | BS | VOLVO | VOLVO | V40 | 18800 | | Verifica disponibilità mezzo | Bassa | | 09/09/2014 17:26 | 09/09/2014 19:26:00 | VenditoreVOLVO | In trattativa | 14/11/2014 | 21/10/2014 09:36 | |
| Nuova chiamata | 115 | CLIENTE 1 | VT | DACIA | DACIA | DUSTER 4X4 | 19300 | | Verifica disponibilità mezzo | Bassa | | 04/09/2014 10:39 | 04/09/2014 15:00:00 | | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |

Smart Desk

Il dettaglio sulla scheda cliente.

| | |
|-----------------------------|--|
| Ragione sociale | CLIENTE 5 |
| Provincia | |
| Telefono | 3394262356 |
| Telefono 2 | |
| Email | cliente5@yahoo.it |
| Data chiamata | 14/10/2014 15:34:24 |
| Richiesta | Richiesta preventivo |
| Marchio | MITSUBISHI |
| Modello | |
| Prezzo € | 16900 |
| Targa | |
| Telaio | |
| Riferimento | |
| Reparto | USATO |
| Trattativa | CON PERMUTA |
| Annuncio | Autoscout.com |
| Personale incaricato | |
| Priorità | Bassa |
| Numero solleciti | |
| Note | CHIAMA DALL'ISOLA D'ELBA. INTERESSATO ALLA MITSUBISHI AZIENDALE USATA DA 16.900,00€. HA DA DARE IN PERMUTA UNA MERCEDES CLASSE A DEL 2009 (NON DA ALTRE SPECIFICHE). CHIEDE INFORMAZIONI ANCHE SULLE EVENTUALI FORME DI FINANZIAMENTO. |
| Numero chiamata | 662 |
| Rilevatore | 223 |
| Data primo contatto cliente | 21/10/2014 09:39:17 |
| Data invio preventivo | 21/10/2014 09:39:17 |
| Data chiusura | |
| Assegna a | USATO - VenditoreUSATO ▼ |
| Data assegnazione | |

Smart Desk

Con le informazioni mappate e aggiornate.

| Selezione campagna Elenco schede Dettaglio scheda | |
|--|---|
| Primo contatto | Si |
| Preventivo inviato | Si |
| Gestione trattativa | In trattativa |
| Data prossimo appuntamento | 28/11/2014 |
| Note aggiuntive | Aspettiamo la corretta valutazione della permuta |
| Ragione sociale | CLIENTE 5 |
| Provincia | |
| Telefono | 3394262356 |
| Telefono 2 | |
| Email | cliente5@yahoo.it |
| Data chiamata | 14/10/2014 15:34:24 |
| Richiesta | Richiesta preventivo |
| Marchio | MITSUBISHI |
| Modello | |
| Prezzo € | 16900 |
| Targa | |
| Telaio | |
| Riferimento | |
| Reparto | USATO |
| Trattativa | CON PERMUTA |
| Annuncio | Autoscout.com |
| Personale incaricato | |
| Priorità | Bassa |
| Numero solleciti | |
| Note | CHIAMA DALL'ISOLA D'ELBA. INTERESSATO ALLA MITSUBISHI AZIENDALE USATA DA 16.900.00€. HA DA DARE IN PERMUTA UNA MERCEDES CLASSE A DEL 2009 (NON DA ALTRE SPECIFICHE). CHIEDE INFORMAZIONI ANCHE SULLE EVENTUALI FORME DI FINANZIAMENTO. |
| Numero chiamata | 662 |
| Rilevatore | 223 |
| Data primo contatto cliente | 21/10/2014 09:39:17 |
| Data invio preventivo | 21/10/2014 09:39:17 |
| Data chiusura | |
| Assegna a | USATO - VenditoreUSATO |
| Data assegnazione | |
| Storico | 21/10/2014 09:39 - VenditoreUSATO - Primo contatto = Si - Preventivo inviato = Si - Gestione trattativa = In trattativa - Data prossimo appuntamento = 28/11/2014 - Note aggiuntive = Aspettiamo la corretta valutazione della permuta |

Smart Desk

I reparti collegati alla piattaforma, in tempo reale.


Responsabile (--- TEST ---)
Smart Desk
 

Selezione campagna | Elenco schede

| Presenze | | | | |
|----------|-----------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| Reparto | Utenti presenti | Chiamate aperte | Chiamate in carico | Prossimo appuntamento |
| ABARTH | 0 | 0 | 0 | 21/10/2014 11:05 |
| DACIA | 0 | 3 | 0 | 21/10/2014 11:05 |
| USATO | 0 | 2 | 2 | 21/10/2014 11:05 |
| VOLVO | 0 | 1 | 1 | 21/10/2014 11:05 |

| | Stato chiamata | N° | Ragione sociale | Prov | Reparto | Marchio | Modello | Prezzo € | Riferimento | Richiesta | Priorità | Solleciti | Data chiamata | Richiamare entro | Presa in carico da | Gestione trattativa | Data prossimo appuntamento | Data ultima modifica | Alert |
|---|--------------------|-----|-----------------|------|---------|------------|---------|----------|-------------|------------------------------|----------|-----------|------------------|---------------------|--------------------|---------------------|----------------------------|----------------------|-------|
|  | Preventivo inviato | 662 | CLIENTE 5 | | USATO | MITSUBISHI | | 16900 | | Richiesta preventivo | Bassa | | 14/10/2014 15:34 | 14/10/2014 17:34:00 | VenditoreUSATO | In trattativa | 28/11/2014 | 21/10/2014 09:39 | |
|  | Nuova chiamata | 655 | CLIENTE 4 | MI | DACIA | DACIA | SETWAY | 12850 | | | Alta | 1 | 14/10/2014 11:14 | 14/10/2014 15:00:00 | | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |
|  | Nuova chiamata | 610 | CLIENTE 4 | MI | DACIA | DACIA | SETWAY | 12850 | | Verifica disponibilità mezzo | Bassa | | 10/10/2014 15:39 | 10/10/2014 17:48:00 | | Non impostato | | 20/10/2014 16:15 | |

Smart Desk

Un monitoraggio aggiornato di tutte le trattative in essere.

| Contatori | | |
|---------------------------------|------------|------------|
| Progresso | N° schede | % |
| Acquisto rimandato | 30 | 9 |
| In trattativa | 35 | 11 |
| Nominativo doppio | 2 | 0 |
| Non impostato | 4 | 1 |
| Non interessato dopo contatto | 88 | 28 |
| Non interessato dopo trattativa | 37 | 11 |
| Vendita persa | 48 | 15 |
| Vendita veicolo nuovo | 64 | 20 |
| Vendita veicolo usato | 3 | 0 |
| TOTALE | 311 | 100 |

I risultati

- ✓ **Aumento** del numero delle trattative e conseguente **incremento delle vendite**
- ✓ **Aumento della produttività** dei singoli reparti
- ✓ **Misurabilità** delle iniziative di comunicazione con possibilità di indirizzare il budget su **canali performanti**
- ✓ **Aggiornamento** costante del CRM
- ✓ **Creazione** di mailing list per iniziative di Direct Marketing
- ✓ **Misurabilità** di contatti/preventivi



I risultati

I **leads** generati dalle campagne marketing, se **integrati** con strumenti innovativi, permettono di:

- **aggiornare** le informazioni sui clienti attuali e potenziali
- **ottenere** una profilazione per target dei clienti
- **attivare** campagne di direct marketing ad hoc
- **definire** strategie di marketing personalizzate per target



“PRIMA INVESTIRE IN STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE
SOLO DOPO IN TECNOLOGIA”



smau

MILANO 22-23-24 OTTOBRE 2014
FIERAMILANOCITY

Dr.ssa Brizzolari Chiara

VENETO RICERCHE S.R.L
Via Einaudi 64, 30174 Mestre - VE

tel. +39 0415340947
fax +39 0415340432

info@venetoricerche.it
www.venetoricerche.it

Azienda associata AISM - Associazione Italiana Marketing

