



TORINO 29-30 APRILE 2015
LINGOTTO FIERE

Aumentare i profitti gestendo in modo
efficiente marketing, vendite e clienti
con un software CRM open source



Dr. Simone Travaglini
www.opencrmitalia.com
simonetravaglini@opencrmitalia.com
370 3259676



Agenda

- Breve introduzione teorica al CRM
- Vantaggi nell'utilizzo di un CRM
- Perché un CRM open source e quale scegliere
- Funzionalità di Vtiger CRM
- Domande del pubblico

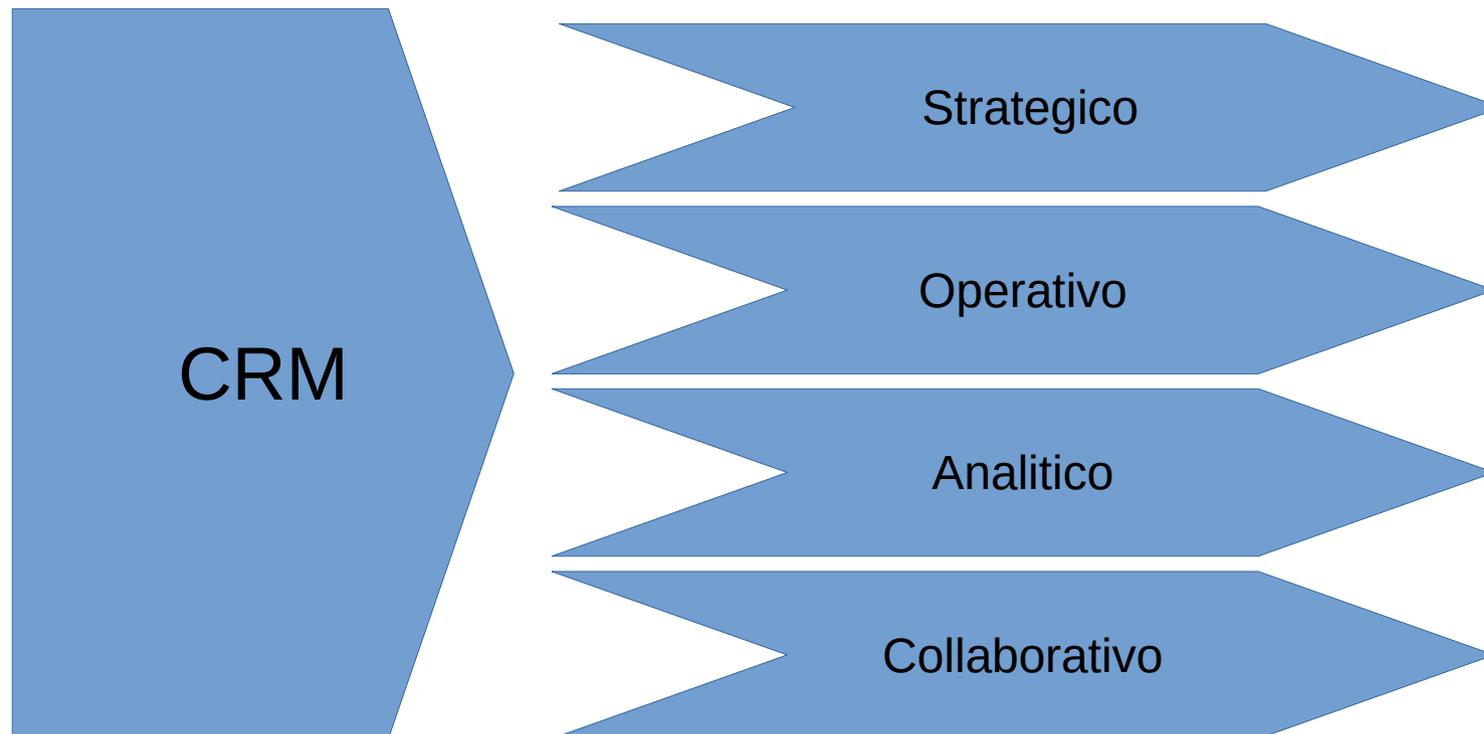


Introduzione teorica: il CRM

Definizione CRM

“CRM è una strategia di business diretta a comprendere, anticipare e rispondere ai bisogni dei clienti attuali e potenziali di un'azienda con l'obiettivo di accrescere il valore della relazione.”

Tratta da: <http://www.crmforecast.com/crm.htm>



CrM strategico

Il CRM strategico è il nucleo di una strategia basata sulla centralità del cliente ed ha l'obiettivo di conquistare e mantenere clienti che generino alti profitti.

Ha dunque a che fare con una cultura aziendale che sia veramente orientata al mercato ed al cliente.

Questo tipo di strategia **si contrappone** a quelle più diffuse **orientate al prodotto** (che ritiene che i clienti acquistino i prodotti migliori per qualità ,performance, design o caratteristiche), **orientate alla produzione** (che mirano ad abbattere i costi di produzione per proporre prezzi i più bassi possibile) o **orientate alle vendite** (che mirano a convincere i clienti tramite la pubblicità e tecniche di vendita).



Crm operativo

Con il CRM operativo è possibile automatizzare e migliorare tutti quei processi che mettono l'azienda in relazione con il cliente.

E' dunque possibile applicarlo al marketing, gestendo campagne promozionali e di comunicazione, disponendo dei dati dei singoli clienti e potendo quindi raggrupparli in segmenti e raggiungerli con messaggi ed offerte specifiche per un determinato target. E' possibile poi automatizzare i processi della forza vendita, ottenendo una standardizzazione ed una maggiore efficienza. Il CRM operativo riguarda poi tutte le operazioni per la gestione dei servizi offerti al cliente, compreso il post-vendita.



Crn analitico

Il CRM analitico riguarda **la cattura, la gestione e l'analisi dei dati dei clienti**, attuali e potenziali, e l'utilizzo che è possibile fare di questi dati. E' la base fondamentale per un CRM operativo veramente efficiente.

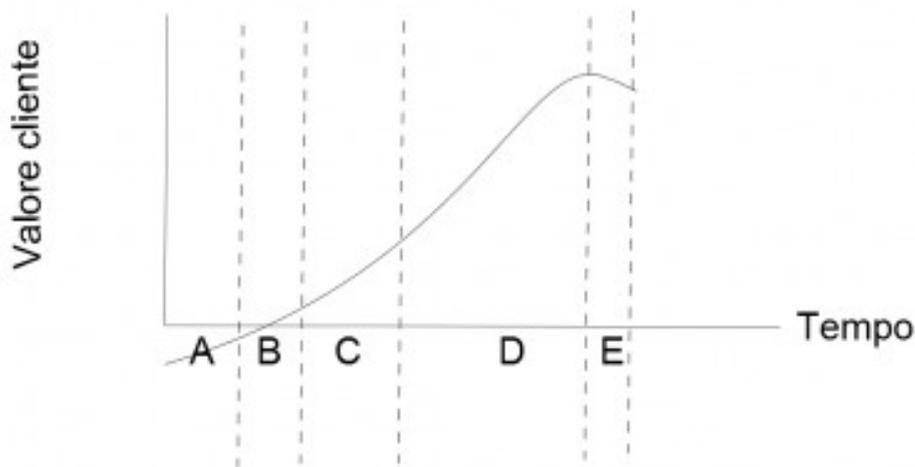


Crm collaborativo

Il CRM collaborativo utilizza le tecnologie più diffuse di comunicazione (tra cui mail, forum, piattaforme web, ecc.) per **allineare i processi orientati al cliente** tra l'azienda e le altre aziende coinvolte, ma anche tra le varie funzioni interne alla stessa azienda.



Valore del cliente lungo il ciclo di vita



A) **Conoscenza (Awareness)**: è la fase in cui il potenziale acquirente riconosce l'azienda come un potenziale venditore.

B) **Esplorazione (Exploration)**: in questa fase l'acquirente valuta tutte le possibili conseguenze dell'acquisto. Questa fase può concludersi con un primo acquisto di prova.

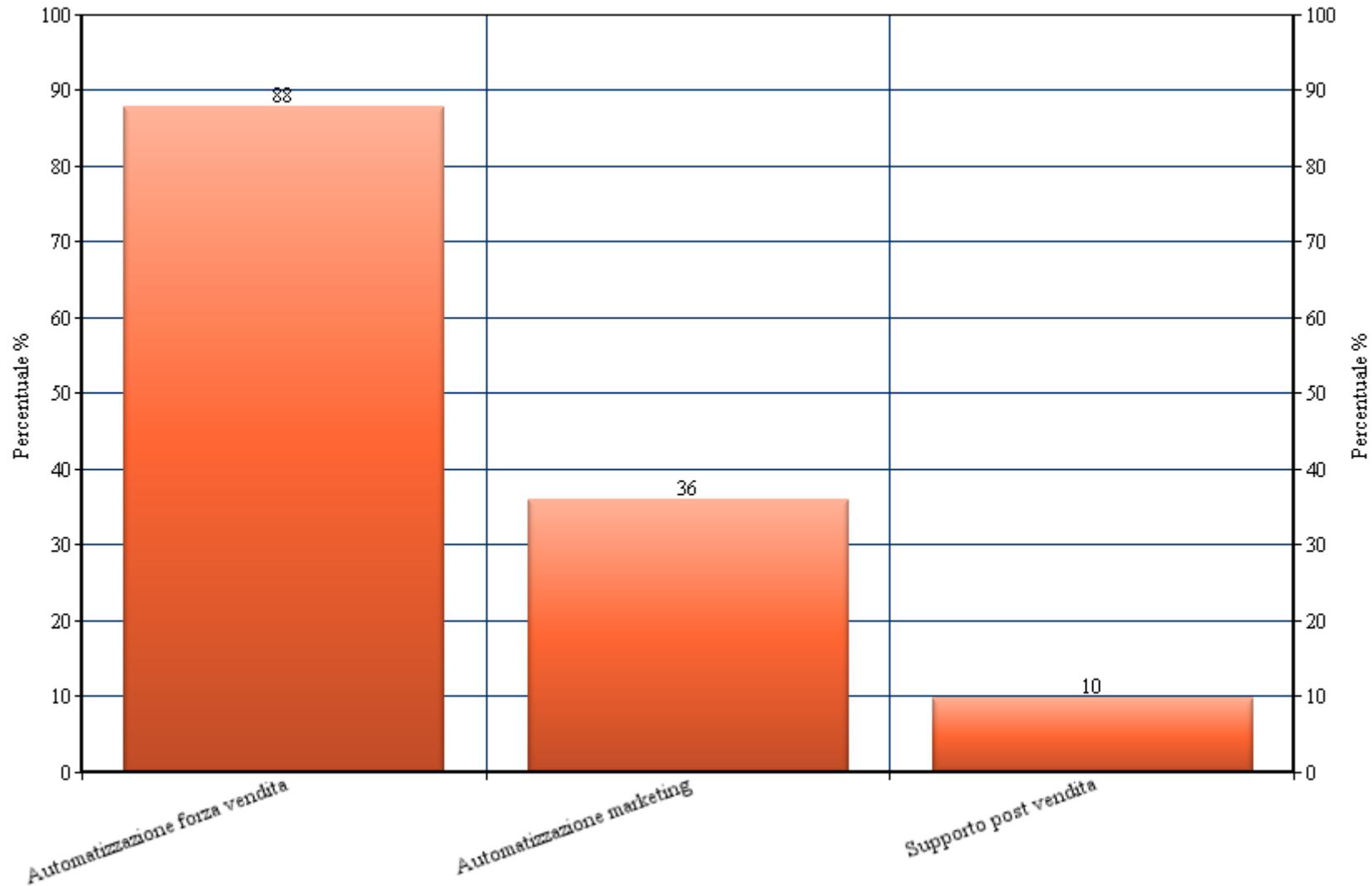
C) **Espansione (Expansion)**: in questa fase aumenta l'interdipendenza tra il venditore e l'acquirente, che compie nuovi acquisti.

D) **Impegno (Commitment)**: in questa fase l'acquirente non cerca più un'alternativa e si affida incondizionatamente al venditore per i suoi acquisti.

E) **Dissoluzione (Dissolution)**: per qualche motivo il cliente decide di non acquistare più dal venditore.

Robert Dwyer, The journal of marketing, Vol 51 N. 2 (Aprile 1987)

Perchè le aziende scelgono di utilizzare un CRM



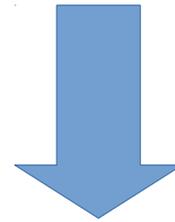
Fonte: softwareadvice.com

**Quali sono i vantaggi di un
implementazione CRM?**

Automazione marketing

Vantaggi

- Gestione campagne
- Segmentazione clienti
- Analisi campagne



Risultato

Migliori contatti da
passare alla funzione
vendite

Gestione vendite e rete agenti

Vantaggi

- Accorciare il ciclo di vendita
- Gestione opportunità di vendita
- Gestione e monitoraggio attività agenti
- Valutazione migliori opportunità
- Accesso immediato a tutte le informazioni del potenziale cliente

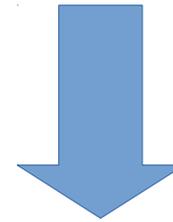
Risultato

Aumento del fatturato
e diminuzione dei costi
di vendita
(Aumento dei profitti)

Supporto post vendita

Vantaggi

- Maggiore efficacia nella risoluzione dei problemi
- Maggiore velocità nella risoluzione dei problemi
- Monitoraggio impegno sul singolo cliente
- Tracciabilità attività post vendita



Risultato

Clienti soddisfatti

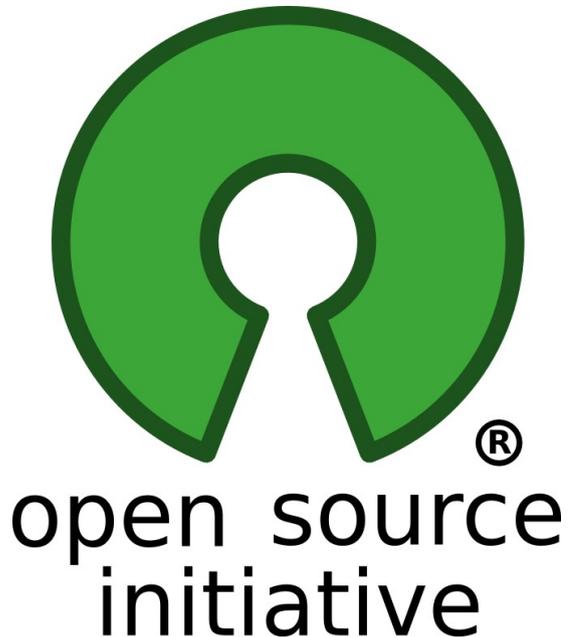
- Referenze
- Cross selling
- Up selling

Perchè un crm open source e quale scegliere

Definizione open source

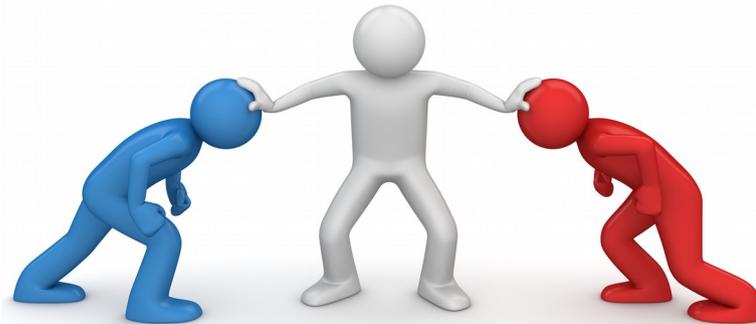
Open source (termine inglese che significa sorgente aperta), in informatica, indica un software di cui gli autori (più precisamente i detentori dei diritti) rendono pubblico il codice sorgente, favorendone il libero studio e permettendo a programmatori indipendenti di apportarvi modifiche ed estensioni. Questa possibilità è regolata tramite l'applicazione di apposite licenze d'uso.

Fonte wikipedia.it



Software open source vs software proprietario

OPEN SOURCE	SOFTWARE PROPRIETARIO
Nessun costo ricorrente di licenza	Elevati costi di licenza
Nessun legame con il fornitore	Si è legati al fornitore per ogni modifica
Più flessibile: si può adattare più facilmente alle esigenze dell'azienda. Accesso al codice con possibilità di modifica.	Più rigido: è l'azienda che si adatta al software.



Open source non significa gratis

Avere a disposizione gratuitamente il codice non significa poter avere un sistema CRM a costo 0: è necessario comunque avere competenze informatiche per implementare un sistema di questo tipo o farsi seguire da tecnici preparati. **Il costo finale sarà comunque molto inferiore rispetto ad un software proprietario a parità di qualità.**

Costi possibili in un'implementazione di una soluzione CRM open source:

- Analisi
- Personalizzazioni
- Formazione
- Hosting cloud

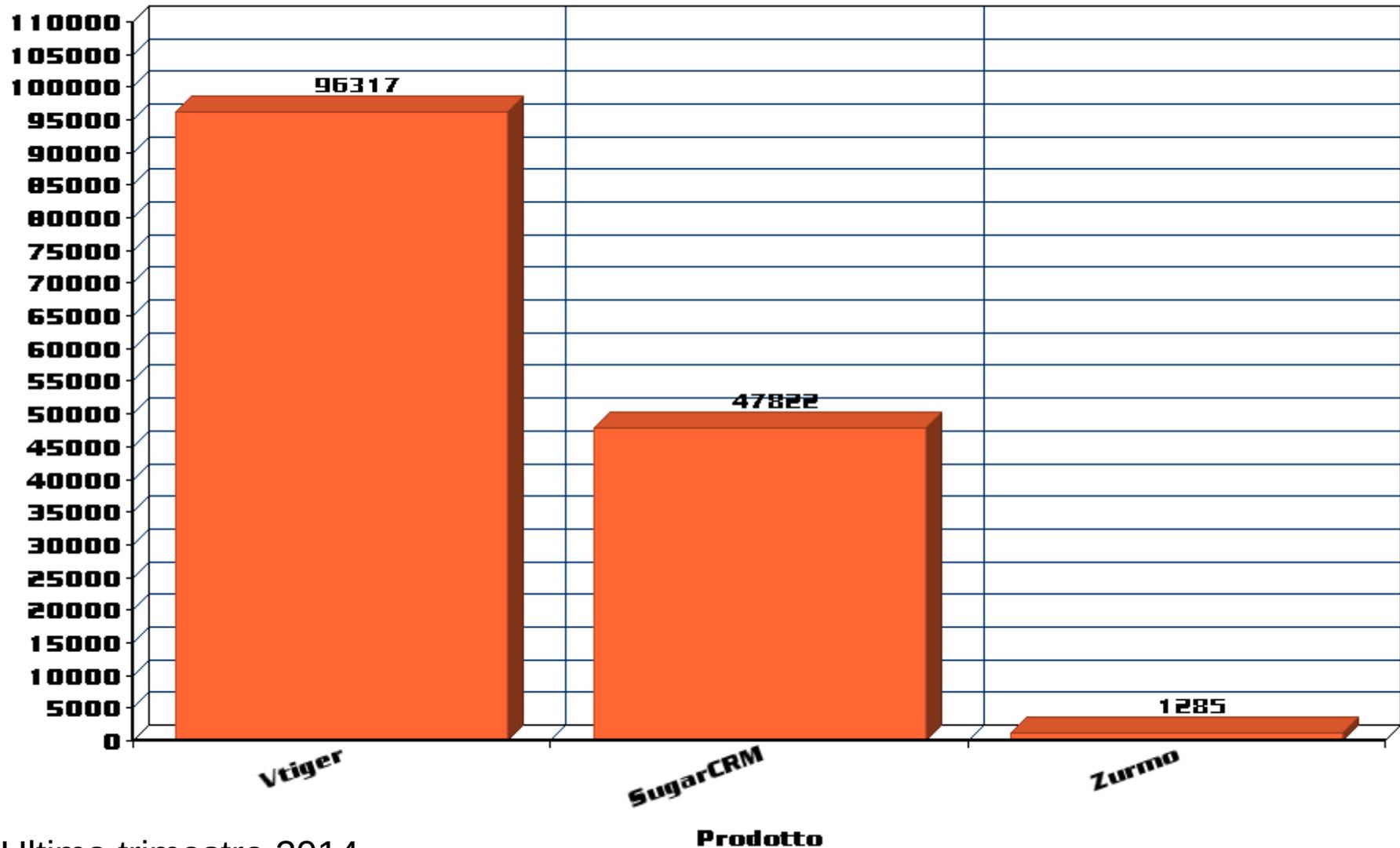


Miglior software CRM open source 2015: Vtiger 6.2 vs SugarCRM CE 6.5 vs Zurmo 2.8.5



Scegliere un software open source: diffusione

Numero download sourceforge



Ultimo trimestre 2014

Sorgente dati: sourceforge.com

Scegliere un software open source: funzionalità

	Vtiger	SugarCRM	Zurmo
Gestione rete vendita	Si	Si	Si
Gestione lead/contatti	Si	Si	Si
Portale clienti	Si	a pagamento	no
Preventivi	Si	a pagamento	no
Fatture	Si	a pagamento	no
Email manager interno	Si	Si	no
Integrazione Thunderbird / outlook	Si	a pagamento	no
Campagne email	Si	Si	Si
Calendario	Si	Si	Si
Progetti	Si	a pagamento	Si
Gestione Documenti	Si	Si	no
Assistenza clienti (sistema ticket)	Si	a pagamento	no
Workflow	Si	Si	Si
Report	Si	Si	Si

Funzionalità di Vtiger CRM

Gestione utenze CRM

GESTIONE RUOLI: sistema gerarchico ad albero

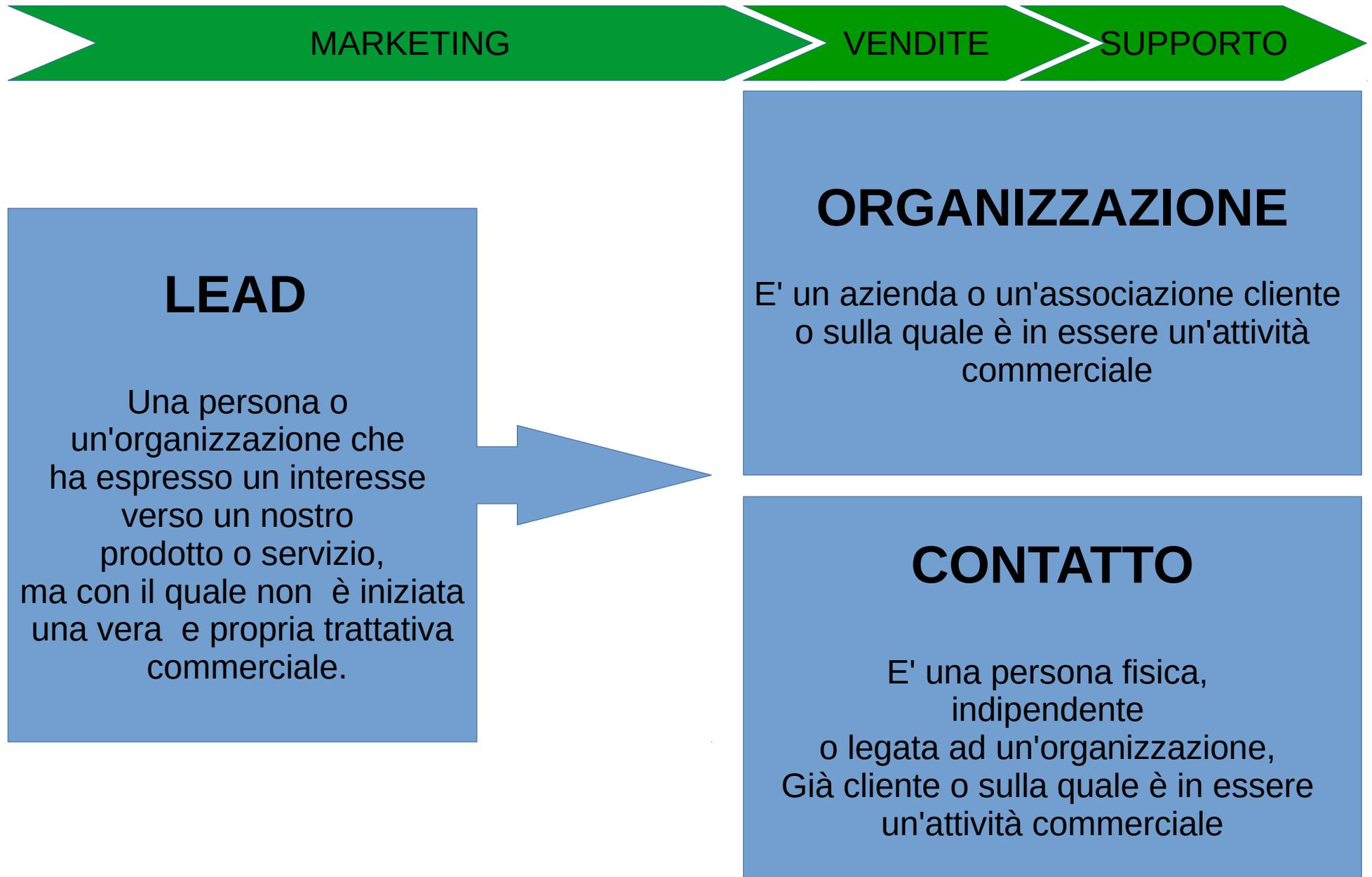


Se accesso settato come privato:
ogni utente vede i suoi record e
quelli di chi sta sotto
gerarchicamente

Se accesso settato come
pubblico:
ogni utente vede tutto

Possibile stabilire anche a livello
dei singoli campi cosa un ruolo
può vedere e cosa no.

Principali entità in un CRM: lead, organizzazioni (aziende) e contatti



Schede lead, contatti e organizzazioni*

	LEAD	ORGANIZZAZIONI	CONTATTI
Dati anagrafici	Nome, cognome, età, ecc.	Ragione sociale	Nome, cognome, età, ecc.
Dati geografici	Via, cap, città, regione, ecc.	Via, cap, città, regione, ecc.	Via, cap, città, regione, ecc.
Catalogazione	Stato lead (Da contattare, freddo, caldo, ecc.), provenienza, rating, ecc.	Settore, dimensione, condizioni pagamento, rating, ecc.	Tipologia (Cliente, potenziale, ecc.), condizioni pagamento, rating, ecc.
Contatti	Telefono, cellulare, email, social, ecc.	Telefono, fax, email, ecc.	Telefono, cellulare, email, social, ecc.

* a titolo esemplificativo, variabili a seconda della situazione

Gestione documenti

Ad ogni record è possibile associare uno o più documenti

Sono disponibili moduli aggiuntivi per:

- Dropbox
- Google Drive



Opportunità di vendita

Rappresenta un' occasione di concludere una vendita con un cliente.

Variabili principali:

- Stato dell'opportunità: potenziale, in trattativa, inviato preventivo, chiusa vinta, chiusa persa, ecc.
- Data di chiusura attesa
- Valore dell'opportunità



Gestione attività

- **COMPITI:** è possibile creare o assegnare ad altri utenti compiti da svolgere con una scadenza
- **EVENTI:** è possibile creare o assegnare ad altri utenti eventi da tenersi in una particolare data ad un particolare orario

CALENDARI CONDIVISI

Ogni utente potrà condividere il proprio calendario con tutti o con alcuni utenti selezionati



Mail marketing

Il mail marketing è ad oggi lo strumento più efficace di web marketing (per numero di conversioni). Gestirlo a partire dal CRM è fondamentale.

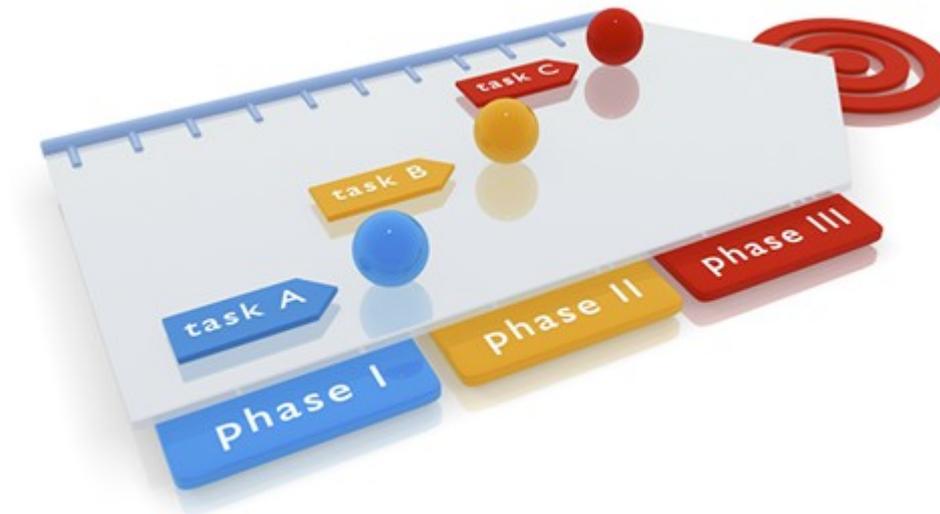
- Soluzione nativa → possibile ma limitata in Vtiger, nessuna reportistica
- Soluzione opencrmitalia → modulo specifico per creazione campagne e reportistica
- Altre soluzioni → connettore mailchimp



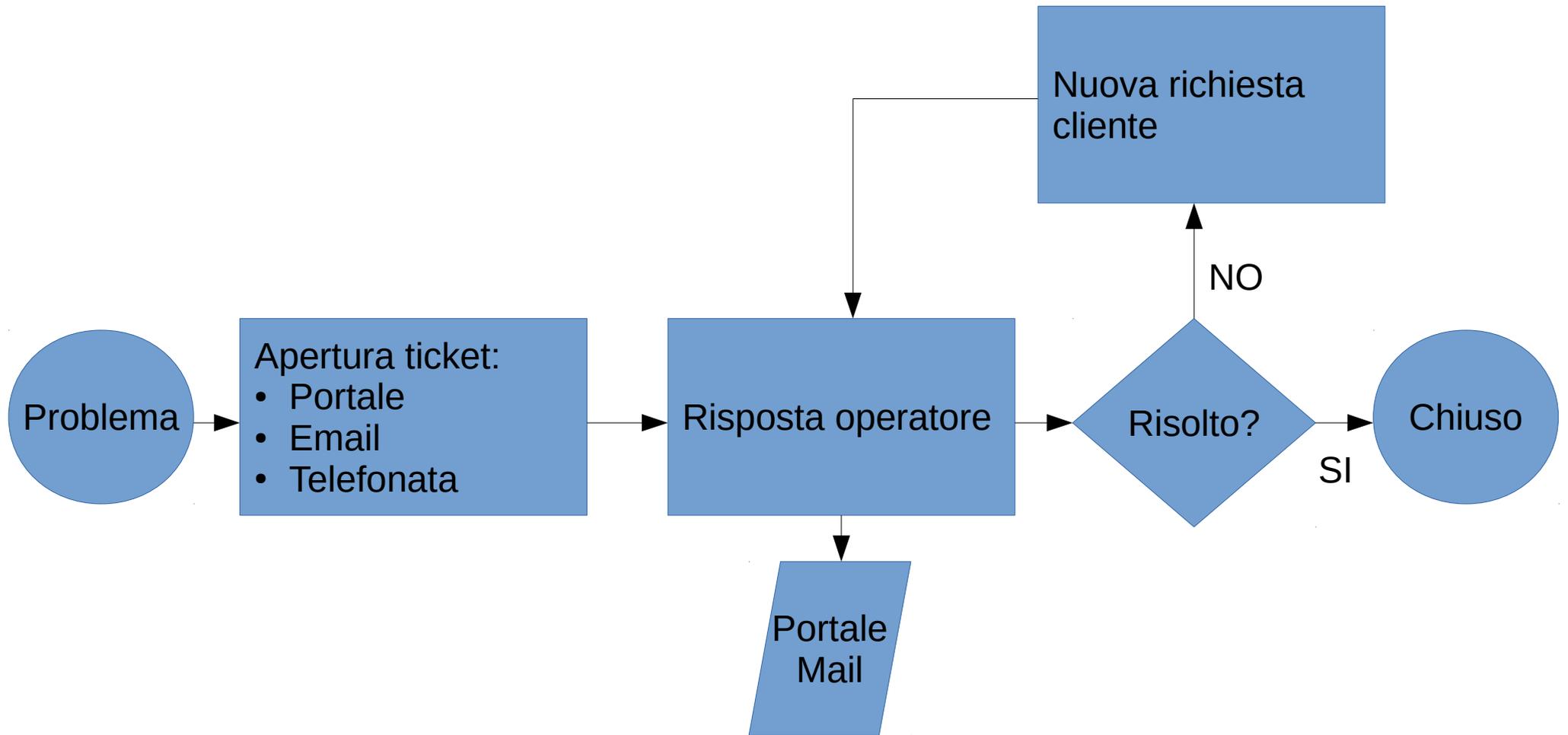
Gestione progetti

Un buon CRM ha un sistema interno di project management che permette:

- Gestione commesse e progetti interni
- Creazione Milestones
- Creazione e assegnazione compiti
- Monitoraggio stato di avanzamento



Supporto post vendita e portali clienti



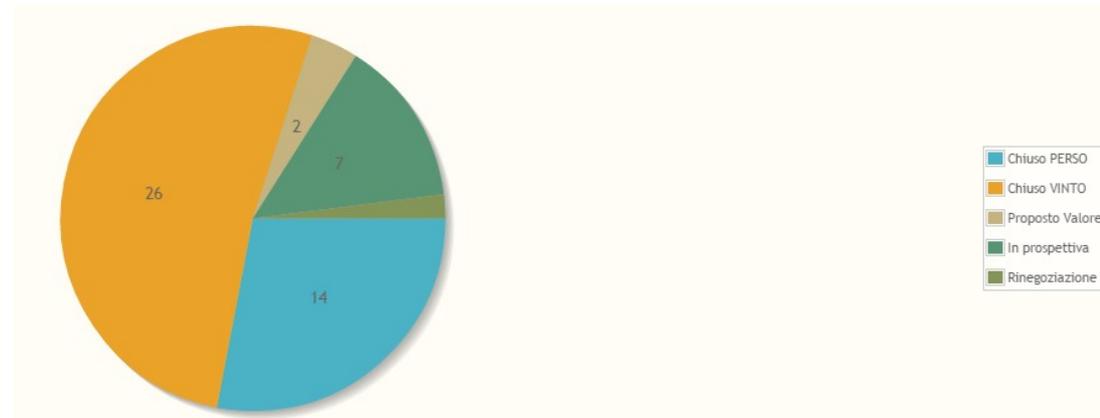
Reportistica

All'interno del CRM è necessario avere dei report dettagliati, che ci aiutino a capire l'andamento dell'azienda:

- Tabelle
- Grafici

Esempi:

- Offerte aperte e chiuse ultimo mese
- Fatture ultimo trimestre
- Numero di interventi in assistenza
- Lead caldi per settore



Integrazioni



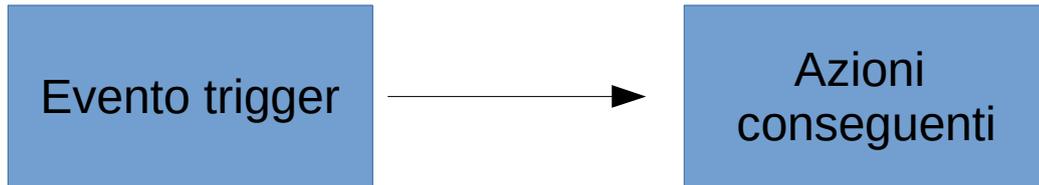
**GESTIONALE
AZIENDALE**



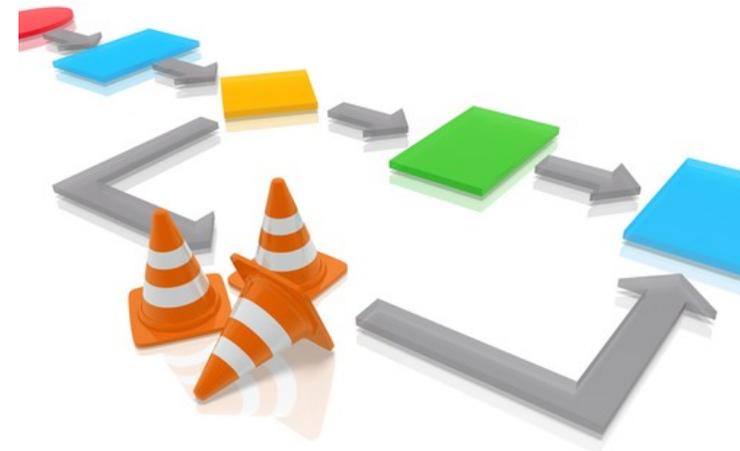
ALTRO

Workflow

Un workflow è un flusso di lavoro standardizzato, che si attiva al verificarsi di un determinato evento (trigger).



- Invia email
- Invia SMS
- Assegna compito
- Modifica valore campo
- Funzione custom



Domande?

Trovate molte informazioni sul CRM (blog dedicato) e **due ebook gratuiti** su:

www.opencrmitalia.com

Per approfondire contattate:

Simone Travaglini
370 3259676
simonetravaglini@opencrmitalia.com

OPENC **CRM** **ITALIA**

