

CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Perché è importante il CRM?

I vantaggi del CRM sono evidenti: semplificando le procedure e fornendo al personale addetto alle vendite, al marketing e all'assistenza **informazioni più dettagliate e complete sui clienti**, il CRM consente alle aziende di costruire delle relazioni con i clienti più profittevoli e di **diminuire i costi operativi**. Le organizzazioni di vendita possono ridurre il ciclo di vendita e aumentare il valore degli indicatori chiave delle loro prestazioni, quali il profitto medio per rappresentante, il quantitativo medio degli ordini e il profitto medio per cliente

Le organizzazioni di marketing possono **aumentare le percentuali di risposta** alle campagne pubblicitarie e i profitti derivanti dalle attività di marketing, **riducendo al tempo stesso i costi** di generazione dei lead e di acquisizione dei clienti

Le organizzazioni addette all'assistenza possono **aumentare la produttività** dei singoli operatori e il **livello di fidelizzazione dei clienti**, riducendo i costi di servizio, i tempi di risposta e i tempi necessari per la risoluzione dei problemi

In qualsiasi settore di attività, un efficiente sistema CRM è l'imperativo strategico per la crescita e il consolidamento delle attività aziendali.

Cos'è:

Il Customer Relationship Management (CRM) è un **insieme di processi volto a individuare, acquisire e fidelizzare i clienti**. Ricerche hanno dimostrato come le aziende che riescono a ottenere un alto livello di soddisfazione e fedeltà della clientela, possono contare su un **maggiore numero di contratti** ripetuti, su **costi minori** per l'acquisizione di nuovi clienti e su un valore più forte del proprio marchio: tutto ciò si traduce in **prestazioni finanziarie migliori**.

Il **modulo CRM** di LAPIS consente la gestione integrata dell'attività di relazione con i Clienti, area che sino a pochi anni fa era spesso lasciata alla gestione 'manuale' del personale addetto o, al massimo, era curata con strumenti 'generici' quali rubriche, fogli elettronici, tabelle, ecc...

A cosa serve:

Tramite questo modulo è possibile coprire, in maniera perfettamente integrata col resto della procedura ERP di LAPIS, **l'attività di marketing pre-vendita**, la fornitura di un **supporto alla forza vendita** (Agenti) che visita il cliente e **l'attività di post-vendita** come il Supporto Clienti e l'Hotline Telefonica.

Come è fatto:

Il modulo è costituito da 2 elementi chiave: uno strettamente legato a LAPIS, pensato per svolgere alcune funzionalità autonomamente ed un secondo programma complementare per la gestione dei contatti con i clienti. Questo garantisce la **possibilità agli agenti di avere un database autonomo e svincolato dall'ERP aziendale**, quindi leggero e velocemente aggiornabile, **nel quale siano contenuti i dati essenziali** che servono loro per il regolare svolgimento della propria attività presso il cliente.



Come funziona:

Il database **'Contatti' (clienti potenziali)** è messo in **continuo aggiornamento** con il DB Clienti dell'ERP LAPIS. Tutti i Contatti che diventano Clienti effettivi vengono condivisi con l'area ERP di LAPIS, ed **automaticamente possono essere generati da LAPIS tutti o parte dei movimenti che interessano tali clienti**.

Così facendo è possibile mettere **a disposizione della forza vendita le informazioni relative allo 'stato di avanzamento' dell'attività di vendita**, che potrebbe anche non limitarsi alla fase di avvenuta acquisizione dell'ordine, ma arrivare invece fino all'avvenuto incasso:

- Preventivi formulati ai clienti
- Ordini ricevuti
- DDT di Consegna
- Fatture emesse
- Pagamenti, saldi e scadenze delle stesse

Tale situazione viene presentata nella **Scheda Cliente** insieme a tutte quelle altre informazioni utili all'Agente e che sono servite probabilmente a chiudere tale vendita.

Inoltre, dal punto di vista ERP, un **registro delle chiamate** in LAPIS consente di ottimizzare il servizio post-vendita di Hotline, supporto clienti, ecc... **richiamando lo 'storico' che mostra, con un colpo d'occhio, l'intera situazione di un cliente**, presentando le informazioni contabili (per esempio gli insoluti) con quelle legate al supporto tecnico (le chiamate del cliente per assistenza) e fornendo quindi tutti gli **elementi per la valutazione della situazione complessiva di quel cliente**.

Cosa fa:

Le principali funzioni sono:

- **Database replicato e distribuito su Palmari, Notebook e Laptop** - Il database può risiedere in più copie su terminali di diverso tipo, ed alcune avanzate funzionalità ne consentono una sincronizzazione automatica diretta in rete LAN (quando l'Agente è in sede) o via Internet.
- **Gestione dei potenziali clienti (Contatti)** - Permette di svolgere attività di telemarketing, mailing, ecc... su 'potenziali clienti' prima che essi diventino effettivamente clienti acquisiti, anche importandoli da liste esterne.
- **Schede anagrafiche Contatti con campi personalizzabili** - Possono essere inseriti campi aggiuntivi che consentono di raggruppare i contatti per tipologia ed avere sottomano le informazioni salienti.
- **Archivio delle attività** - Le attività svolte nei confronti dei Contatti vengono registrate in un archivio apposito che prevede anche la possibilità di allegare ogni tipo di documento, email, fax, ecc... all'archivio delle attività ad essi associate.
- **Integrazione con FAX e Email** - La corrispondenza viene automaticamente gestita come 'attività' nei confronti del Contatto, comparando quindi nell'archivio storico delle attività svolte nei confronti di tale Contatto o gruppo di essi.
- **Registro delle Chiamate** - Tutte le chiamate, da e verso i Contatti possono essere registrate in un apposito archivio.
- **Funzione di Calendario / Agenda** - Tutti gli appuntamenti, le chiamate, gli appunti, ecc... possono essere pianificati attraverso la vista 'Calendario', in cui compaiono le informazioni per data e ora.

A chi serve:

Risulta uno strumento **fondamentale per tutte le aziende che possiedono una rete di vendita** costituita da Agenti o Responsabili Commerciali che visitano le sedi dei Clienti, e che quindi si trovano nella necessità di avere una replica delle informazioni a loro essenziali sul proprio sistema portatile.

Inoltre è utile per tutte quelle aziende che svolgono **attività di Marketing su nuovi clienti**, per registrare ed archiviare appropriatamente le attività svolte.

Ultima ma non meno importante è l'area del **supporto post-vendita, per archiviare correttamente le segnalazioni ricevute dai clienti e le relative attività correttive intraprese.**

Le componenti utilizzate:

Il modulo CRM di LAPIS utilizza un prodotto software specifico per la gestione dei contatti chiamato ACT!®, prodotto dalla Best Software Inc., **con il quale si integra appieno**, realizzando **un'unica soluzione completa**. Per maggiori informazioni sul modulo Act!: <http://www.act.com> .

In conclusione:

Il modulo CRM permette di **acquisire, organizzare e gestire la banca dati dei clienti potenziali e attivi** ed aiuta gli addetti alle vendite a effettuare una qualificazione dei nominativi che sono un elemento fondamentale per una efficace gestione di qualsiasi attività commerciale. Permette inoltre di **gestire facilmente** e di aggiornare costantemente un **archivio di azioni commerciali**, dal mailing, all'intervista telefonica, dall'invito per un evento alle visite di persona, organizzando quindi una **cronistoria di ciascun cliente**, da quando è un semplice "contatto" a quando realizza il primo acquisto diventando cliente acquisito. Successivamente, **in fase di post-vendita**, sarà possibile trarre conclusioni sull'andamento storico del **livello di soddisfazione dei clienti facilitando eventuali azioni correttive mirate.**