

# **Come realizzare un progetto CRM eccellente**

**Andrea Farinet**

**World Marketing & Sales Forum 2008**

Milano, 18 giugno



# Agenda

- Come valorizzare strategia di marketing e **strategia CRM?**
- Di **quale CRM** hanno realmente bisogno i clienti?
- Come integrare **CRM operativo** e **CRM analitico?**
- Come gestire **operativamente** il progetto CRM?
- Quale sono le **case history eccellenti** a livello internazionale?

**Quale marketing?**

**Quale Customer Relationship  
Management?**

## 1.1 Come valorizzare strategia di marketing e strategia CRM?

L'obiettivo dell'intervento è analizzare le **nuove tendenze** del CRM relative alle modalità per:



## 2. Di quale CRM hanno realmente bisogno i clienti?



### Domanda

- La domanda è sempre più disorientata
- Le aspettative dei clienti aumentano
- L'attenzione nei confronti dell'offerta continua a diminuire

### Offerta

- La gestione dell'offerta è sempre più complessa
- L'offerta è più lenta della competizione
- L'innovazione dell'approccio al cliente diventa più difficile



### 3. CRM: due definizioni a confronto

Una definizione **tecnologica**:



*“Un insieme di software utilizzati per la conoscenza e la gestione dei diversi tipi di clientela nei differenti canali di contatto e di vendita”.*

Una definizione **strategica**:



*“Una cultura aziendale basata su una strategia di lungo periodo di relazioni soddisfacenti con la clientela, attraverso molteplici canali di contatto e vendita”. (sportello, telefono, call center, forza commerciale, web, wireless, campagne, eventi, etc...)*

## 4. Perché avviare un progetto CRM?

---

Le determinanti principali per avviare un **progetto CRM** sono, in genere:

- La necessità di **conoscere meglio i clienti** in termini di soddisfazione, redditività per l'azienda e potenzialità d'acquisto

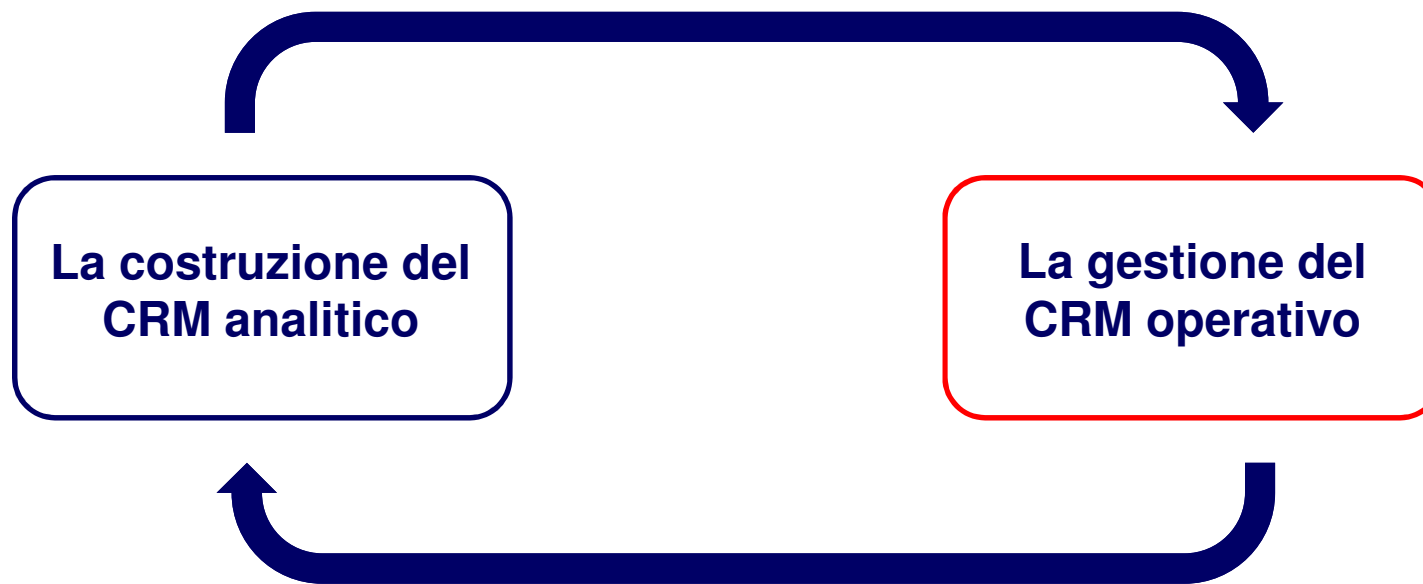


- La valorizzazione di **opportunità tecnologiche** per la riduzione dei costi di comunicazione e vendita
- Il miglioramento dei processi operativi e di **gestione dei clienti** a livello centrale e periferico

## 5. Come integrare CRM operativo e CRM analitico?

### Messaggio di fondo n° 1

***“Un CRM eccellente è basato sulla reale integrazione tra CRM operativo e CRM analitico”***





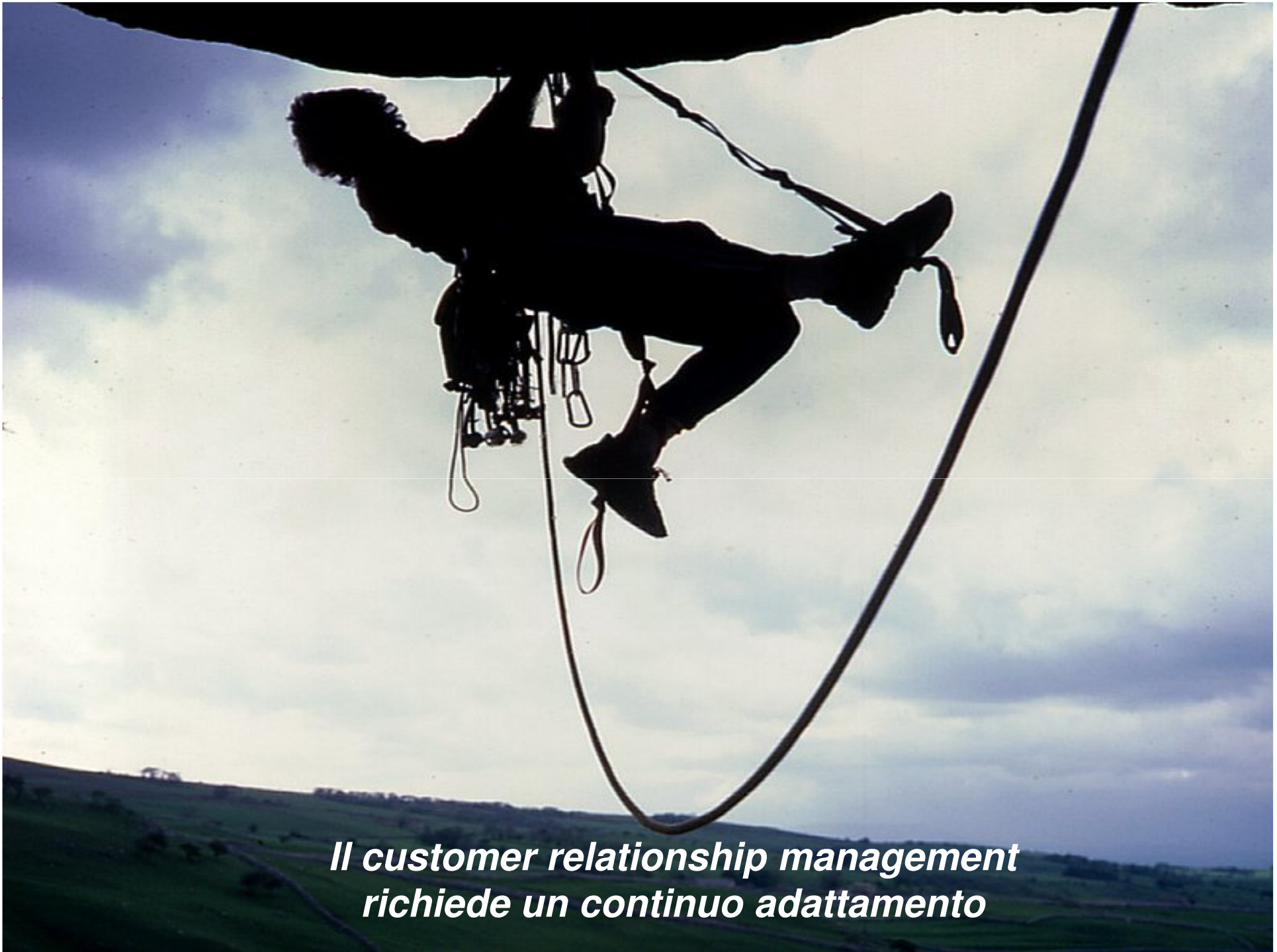
## 6. Quali sono i principali obiettivi del progetto CRM ?

### CRM OPERATIVO

- L'utilizzo dei singoli canali di contatto in forma integrata.
- La differenziazione dei messaggi e delle offerte nei singoli canali.
- La centralizzazione dell'ascolto/ricezione di prospect e nuovi clienti.

### CRM ANALITICO

- La risegmentazione della domanda in modo esperienziale e comunicativo.
- La profilazione e la gestione di pochi segmenti semplici ma dinamici.
- L'assegnazione di pesi economici reddituali ai singoli segmenti.



***Il customer relationship management  
richiede un continuo adattamento***

## 7. Quali sono le competenze “critiche” in un progetto CRM?

### CRM OPERATIVO

- L'analisi e ridisegno dei processi operativi in logica comunicativa ed economica.
- La capacità di condivisione di priorità, di metriche e di incentivi.
- La capacità relazionale del coinvolgimento del front-end.
- La capacità di change management.

### CRM ANALITICO

- La capacità di “leggere” l'atteggiamento ed il comportamento dei clienti/ dealer/partner/utenti finali/ecc.
- La capacità di semplificare e riconfigurare la base dati ed il tracking dai singoli canali di contatto.
- La capacità di estrarre e condividere conoscenza.



*Il CRM deve valorizzare la customer experience*

## 8. Quali sono le attività “critiche” in un progetto CRM?

### CRM OPERATIVO

- La mappatura dei canali di contatto in termini di attività, tempi, qualità e costi.
- La mappatura delle competenze e delle potenzialità professionali.
- L’individualizzazione delle metriche di riferimento: “senza CRM” o “con CRM”.

### CRM ANALITICO

- L’analisi delle informazioni “esistenti” sui clienti.
- La scelta e messa a punto di un sistema interpretativo di atteggiamenti e comportamenti dei clienti.
- La scelta dei descrittori realmente discriminanti.
- L’utilizzo delle informazioni provenienti dai singoli segmenti.





***Quali sono le radici di un progetto CRM eccellente?***

## 9. Quali sono i criteri di scelta del software vendor?

### CRM OPERATIVO

- La semplicità di utilizzo
- La facilità di implementazione
- I costi di integrazione
- La “reale” multicanalità
- Il costo/ facilità di aggiornamento
- Le competenze disponibili sul mercato del lavoro

### CRM ANALITICO

- La system integration
- La verticalizzazione
- La personalizzazione
- La normalizzazione
- La facilità di apprendimento di utilizzo e di scalabilità





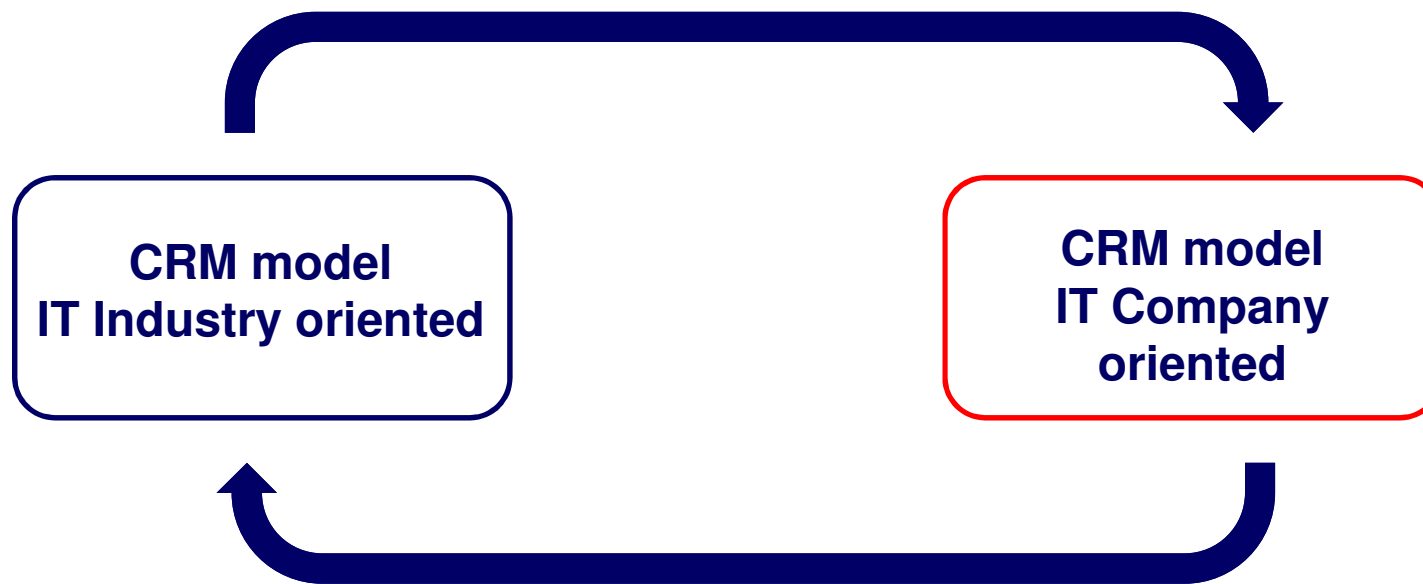
***E' il software il motore del CRM eccellente?***



## 10. Come gestire operativamente il progetto CRM?

### Messaggio di fondo n° 2

*“Le modalità di gestione di un CRM eccellente sono industry specific e company specific ”*



## Tre step integrati di successo





**Grazie per l'attenzione!**

**Andreadarinet.com**

**a.farinet@andreadarinet.com**

**www.andreadarinet.com**