

CRM 3.0: acquisire nuovi clienti con gli strumenti di marketing integrati

Relatore

Marco Guercio

(m.guercio@e-soft.it)

Martedì 6 Settembre 2016

Programma

12:00	<ul style="list-style-type: none">• Presentazione della e-Soft• Mauro Lenzi (e-Soft s.r.l.)
12:10	<ul style="list-style-type: none">• L'evoluzione del CRM• Marco Guercio (e-Soft s.r.l.)
12:30	<ul style="list-style-type: none">• Acquisire nuovi clienti con gli strumenti di marketing integrati• La testimonianza di un cliente: Luca Rani (Il Tetto s.r.l.)
12:40	<ul style="list-style-type: none">• Q&A• demo point

Breve presentazione della e-Soft s.r.l.

A cura di

Mauro Lenzi

(m.lenzi@e-soft.it)

La e-Soft

I NUMERI

FONDATA NEL 1999

CONSULENZE IT E SVILUPPO SOFTWARE

15 PERSONE

25.000 ORE /ANNO di SERVIZI

I CLIENTI

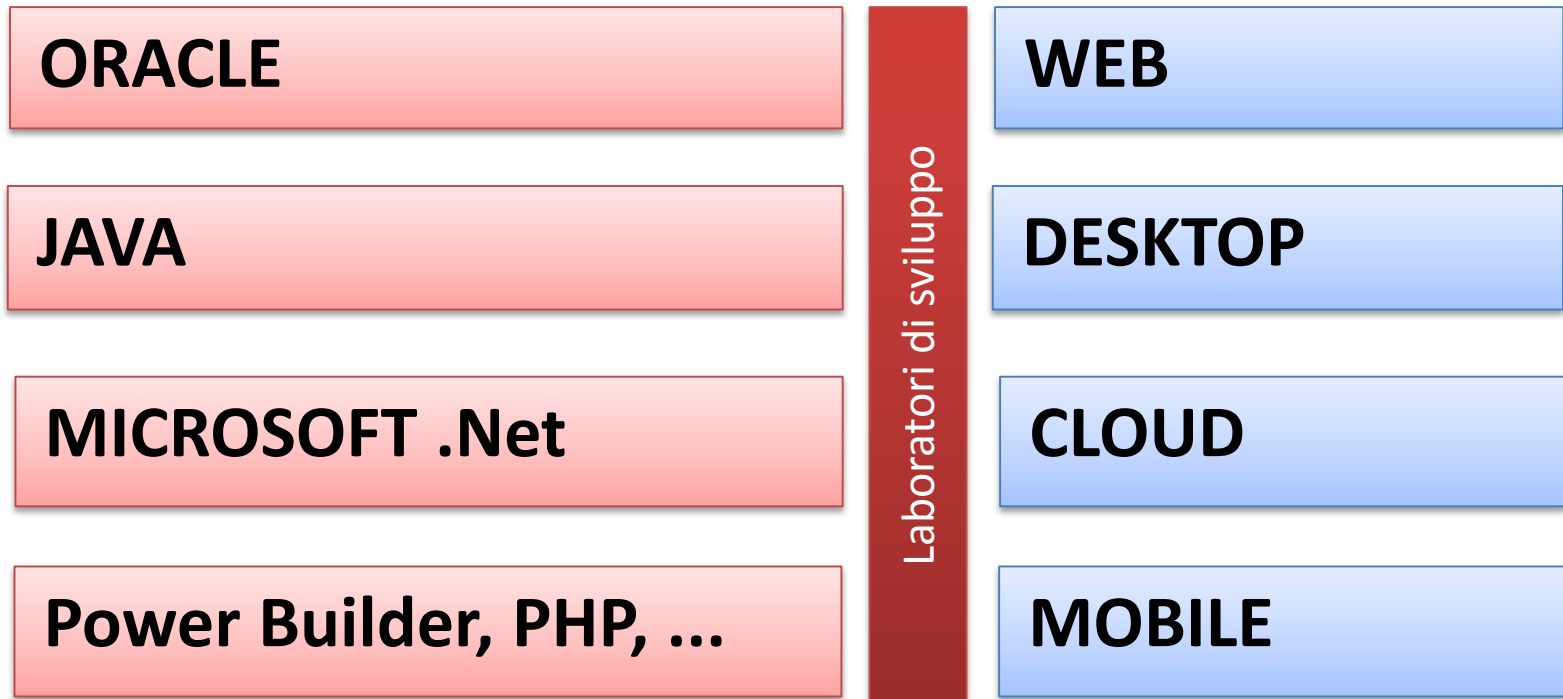
AZIENDE PRIVATE / GDO

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE LOCALE

SANITA'

ISTRUZIONE (UNIBO)

Le Tecnologie



Aree di Eccellenza



Area CRM

Team dedicato di persone che curano gli aspetti funzionali, tecnici e commerciali

Marco Guercio, Marco Gasperini, Chiara Gandolfi, Mauro Lenzi, Davide Distefano, Luca Baldi

Soluzioni basate sul CRM Opensource VTIGER

Analisi dei Requisiti del Cliente, Installazione, Configurazione, Formazione, Personalizzazione, Fornitura in Cloud



Solution Provider

Clienti di svariate dimensioni e settori

Dal singolo Agente alla Multinazionale con più di 700 dipendenti

L'evoluzione del CRM

A cura di

Marco Guercio

(m.guercio@e-soft.it)

CRM – Una definizione «Accademica»

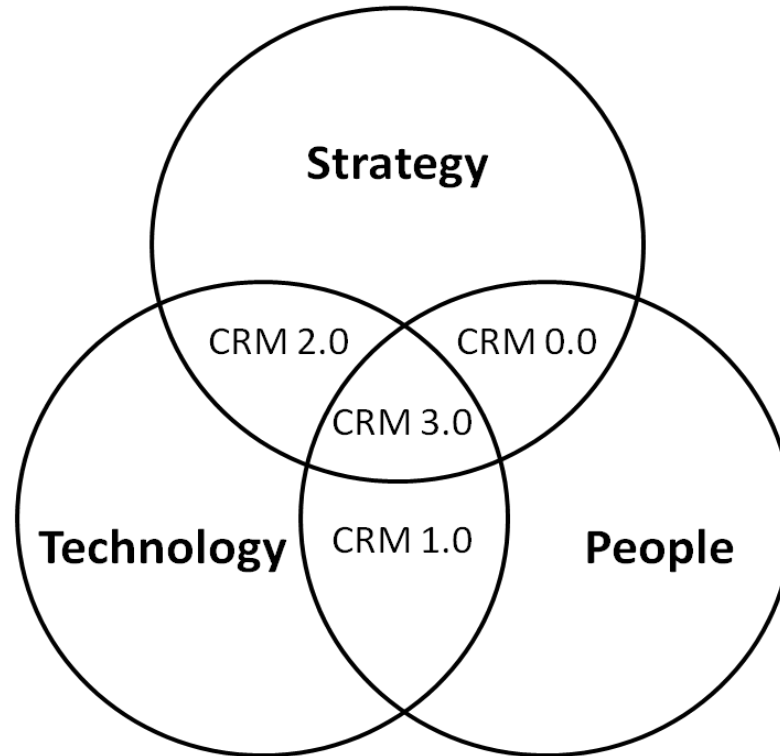
Con il termine **CRM (Customer Relationship Management)** si intende una strategia aziendale che integra concetti e strumenti di marketing, di sistemi informativi e di organizzazione, il cui aspetto caratterizzante è **la gestione della relazione** lungo il ciclo di vita del cliente, ovvero il percorso evolutivo nel tempo della relazione del cliente con l'azienda.

CRM – Una definizione «Elementare»

Il CRM è un programma software che serve a raccogliere e gestire tutte le informazioni della vostra organizzazione (azienda, studio, ...)

Senza perdere tempo a cercare, senza telefonare ai colleghi, le informazioni sono tutte lì al centro, nel CRM, protette da password e disponibili 24 ore al giorno, accessibili anche da Tablet o Smartphone, anche quando siete lontani dall'ufficio!

Evoluzione del CRM



Evoluzione del CRM

CRM 0.0 – enfasi su **Persone e Strategia**

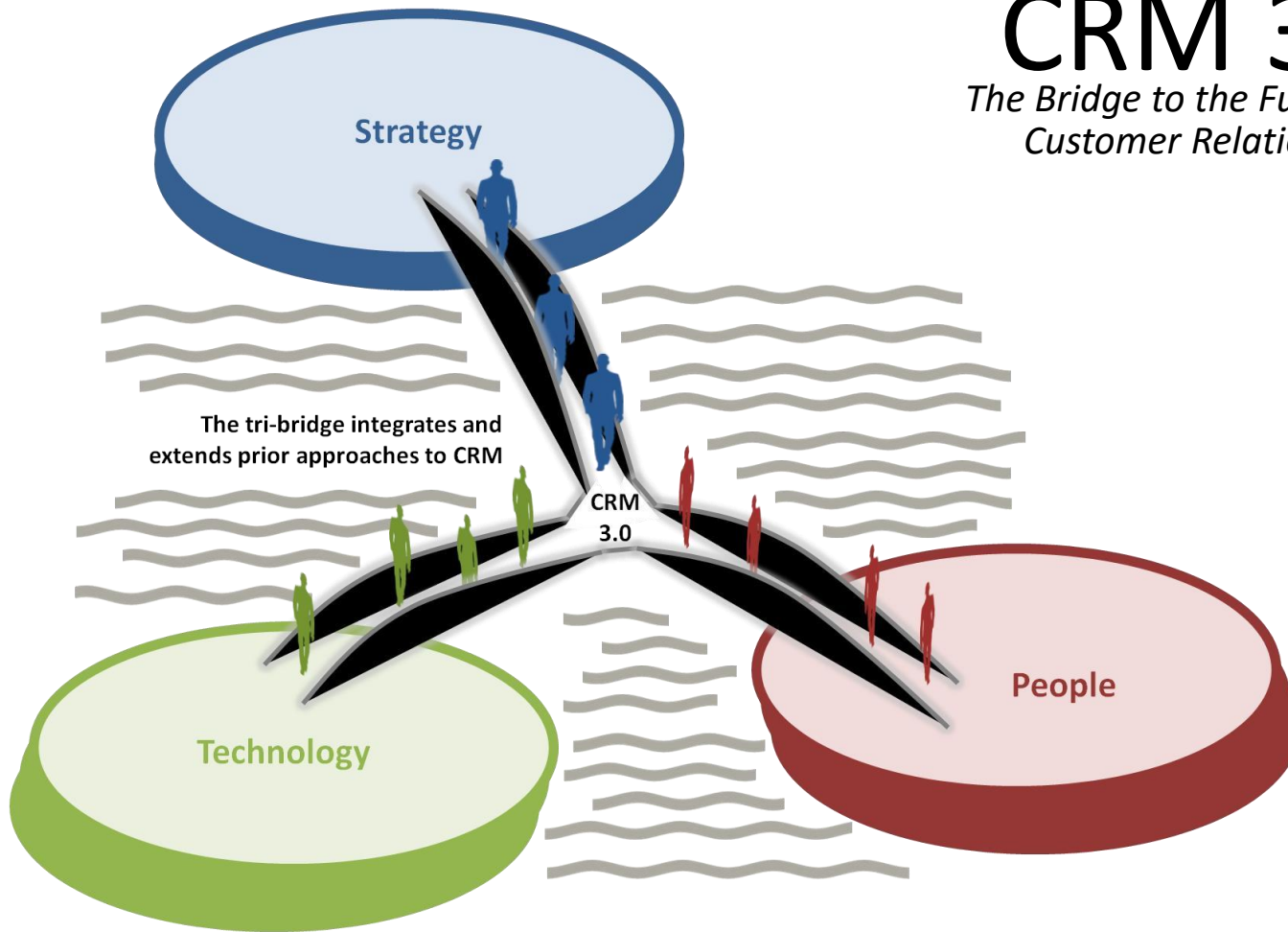
CRM 1.0 – con l'introduzione dei sistemi software focus su Automazione dei Workflow relativi a Lead e Contatti (**Persone e Tecnologia**)

CRM 2.0 – enfasi su **Tecnologia e Strategia**

CRM 3.0 – attenzione paritaria alle tre componenti: **Persone, Tecnologia e Strategia**

CRM 3.0

*The Bridge to the Future of
Customer Relationships*



Fonte: Semplar, LCC

Standardizzazione dei CRM

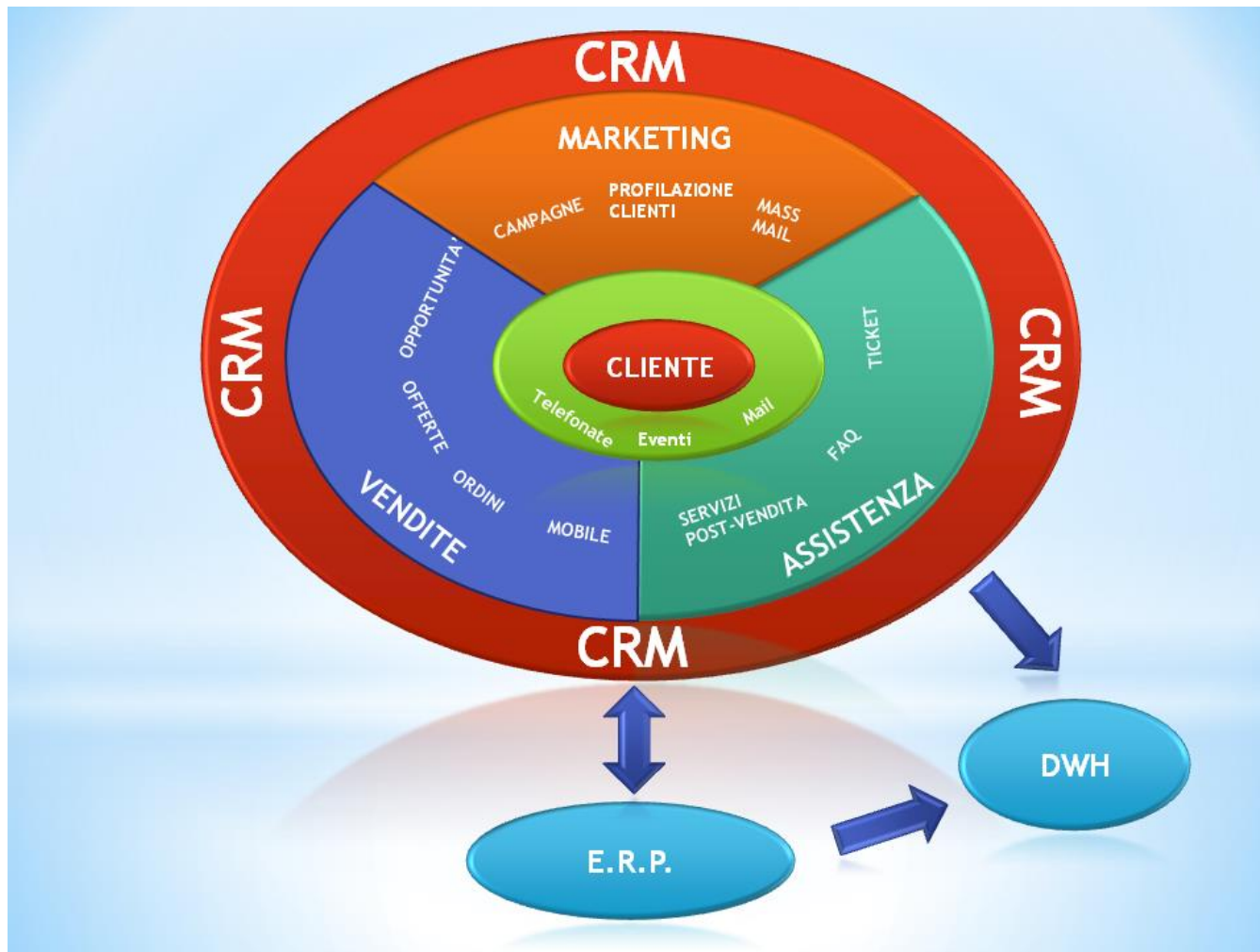
Per quanto riguarda i sistemi software presenti sul mercato, è opportuno sottolineare che si è ormai arrivati ad una sorta di standardizzazione delle funzionalità presenti nei sistemi CRM, il che ha consentito anche a **soluzioni open source**, ovvero senza costi di licenza, di proporsi come validi antagonisti rispetto alle soluzioni commerciali consolidate, che in precedenza dominavano incontrastate questo mercato.

CRM Modalità di vendita

Anche le modalità di vendita sono le più flessibili, dalle installazioni on premise, ovvero in azienda, a quelle cloud, che consentono di diluire i costi nel tempo grazie ad una tariffazione a canoni e azzerano i problemi di start-up e manutenzione del sistema

CRM – I moduli base

- Funzioni per **l'organizzazione e la condivisione delle attività** (con la possibilità di definire calendari comuni, condividere documenti, schedulare eventi, assegnare compiti)
- Funzioni per la **gestione delle attività di prevendita** (gestione delle campagne di marketing, invio massivo di e-mail ai potenziali clienti, tracciatura delle risposte)
- Funzioni per la **gestione dell'intero processo di vendita** (opportunità di vendita, offerte emesse, ordini ricevuti, eventuali ordini di acquisto a subfornitori)
- Funzioni per **l'erogazione dei servizi post-vendita** (gestione e analisi delle richieste di assistenza, schedulazione degli interventi sul territorio, Customer Portal)
- Funzioni per **la gestione dei progetti** (rendicontazione progetti, task, milestones, documentazione di progetto)



CRM – Altre caratteristiche

Infine tutti i sistemi offrono anche funzioni per la gestione documentale, organizzando i documenti scambiati con i clienti; comprendono inoltre spesso strumenti di “workflow configurabili”, per l’automazione ad esempio dei processi autorizzativi o per lo scambio di informazioni tra gli utenti.

CRM - Configurabilità

Inoltre i migliori sistemi (sia commerciali che open source) permettono una elevatissima personalizzazione, ed in alcuni casi contengono veri e propri framework di sviluppo, consentendo agli stessi utenti la creazione di nuovi moduli ad hoc.

CRM – A cosa serve

Un sistema CRM offre in definitiva possibilità pressoché infinite di inserire, processare, visualizzare i dati del proprio business, a partire da quelli che sono i suoi elementi base, ovvero:

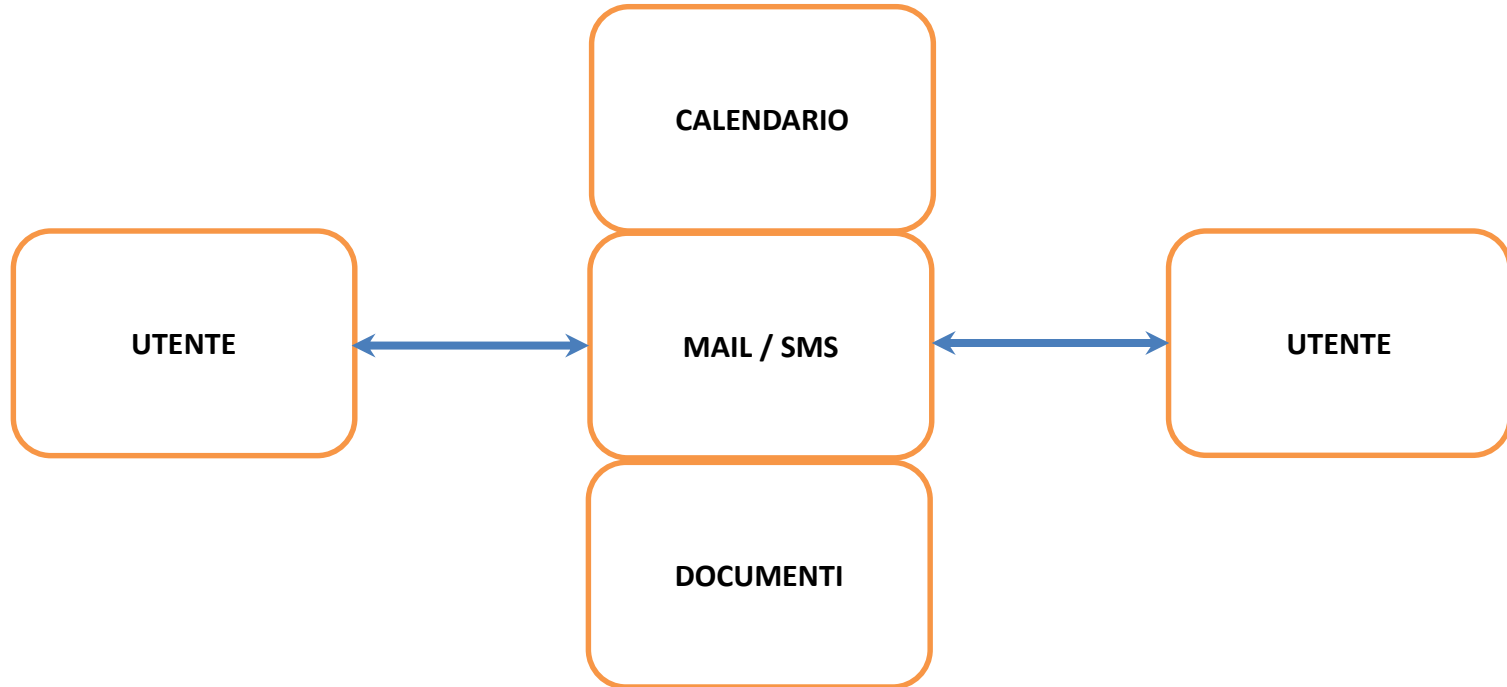
- un archivio bene organizzato dei contatti clienti e fornitori, sia che siano individui, aziende o gruppi;
- un catalogo dei prodotti e dei servizi offerti ai clienti;
- una mappatura della propria organizzazione aziendale;
- un insieme di regole sulla gestione delle attività, organizzate per tempi e priorità.

CRM – Processi Gestiti

- Collaborazione e Smart Working
- Processi di Marketing
- Acquisizione Clienti
- Gestione Trattative
- Assistenza Clienti
- Gestione Progetti

- Cruscotti e Reportistica
- Utility

Collaborazione e Smart Working



Pianificazione attività

Il calendario elenca le attività (riunioni, telefonate fissate per una certa data) e i compiti da svolgere

Il calendario di appuntamenti fornisce le seguenti funzionalità:

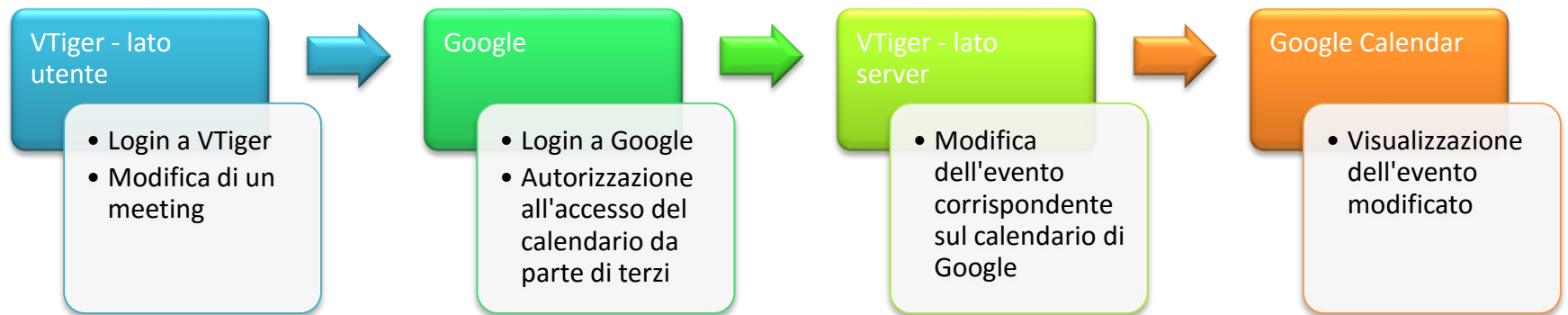
- tutti gli utenti possono creare appuntamenti / todo
- i responsabili possano vedere/modificare gli appuntamenti degli altri utenti e approvarli
- ogni modifica fatta agli appuntamenti viene tracciata per permettere una identificazione dell'autore

Integrazione con Google Calendar

Esempio Vtiger:

- Permette di mantenere sincronizzati automaticamente e in maniera bidirezionale gli eventi pianificati nel calendario di Vtiger con un calendario Google specificato dall'utente.

Google Calendar

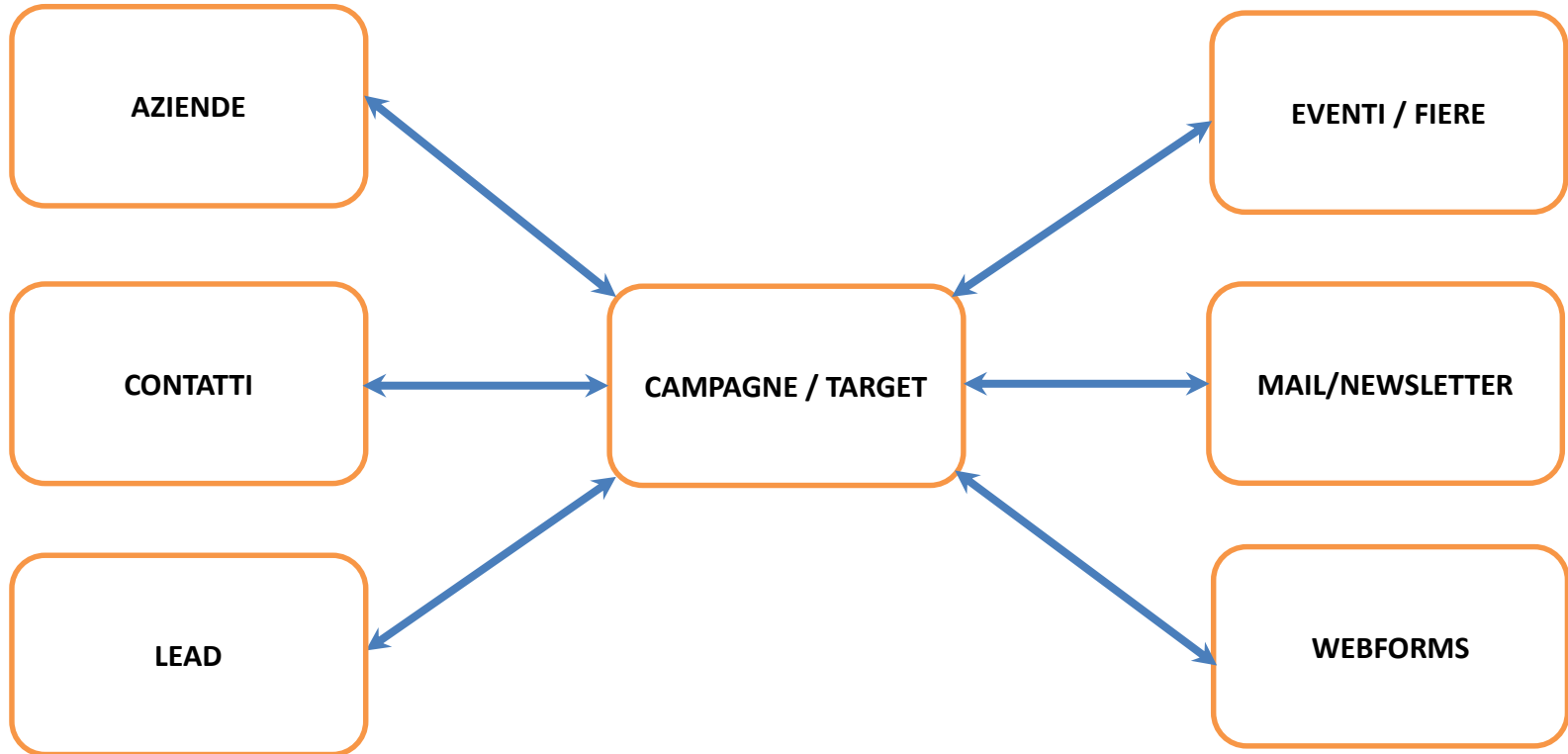


Mail manager

Esempio Vtiger:

- Il Mail manager di Vtiger consente di utilizzare il CRM come client di posta elettronica
- In alternativa si possono utilizzare plugin per integrare Vtiger con il client di posta preferito (Outlook, Thunderbird, ecc...)

Processi di Marketing



Gestione Campagne di Marketing

E' possibile creare campagne di marketing, che supportano:

- aggiunta e la gestione di liste di Aziende, Contatti e Leads a cui possono essere inviate email massive.
- invio massivo di email, automaticamente generate a partire da template con «tag» che vengono sostituiti con i valori reali delle entità aggiunte alla campagna (es. «ContactName» -> «Mario Rossi»)
- gestione delle opportunità generate dalla campagna
- pianificazione e storico degli eventi

Processo di acquisizione Clienti

Marketing

Lead Management



Processo di gestione Trattative

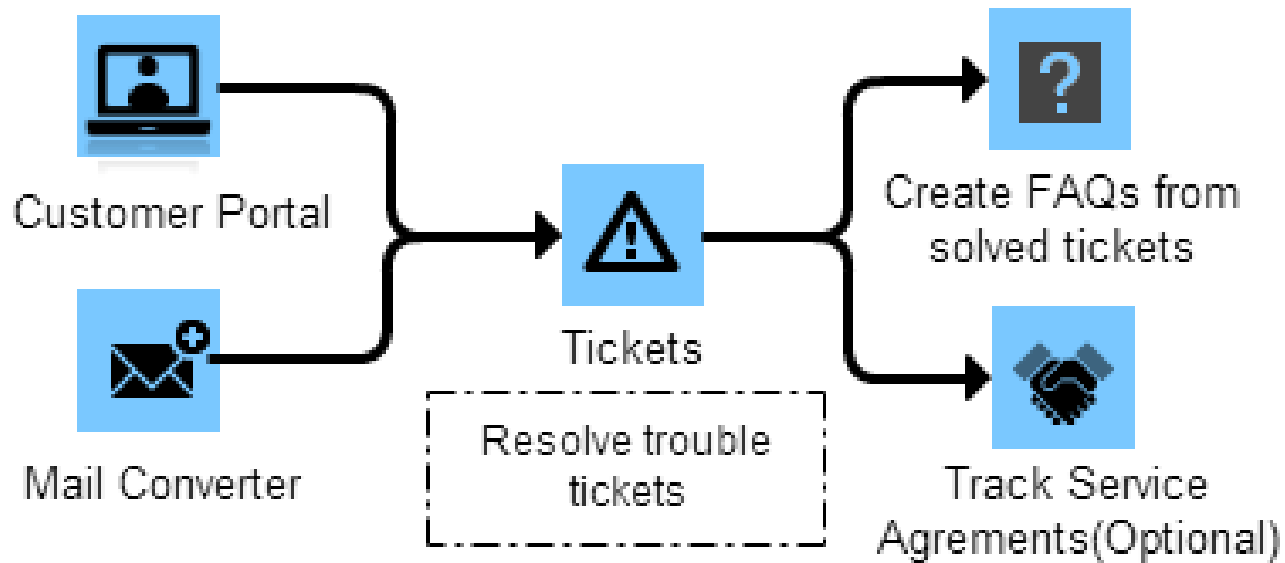
Opportunity Management



Processo di vendita

- E' quindi possibile tracciare il processo di vendita in tutte le sue fasi, definendo gli stati di avanzamento e le probabilità di successo, nonché la data di chiusura prevista, in modo da avere una chiara visione della pipeline delle opportunità e la previsione dei flussi di vendita, per linea di prodotto e/o per singolo utente.

Gestione Post Vendita / Portale Clienti



Gestione Progetti



Cruscotti e Reportistica

- La dashboard permette di visualizzare graficamente le informazioni inserite per monitorare in tempo reale lo stato dei processi di business (opportunità di vendita, ordini, supporto tecnico, ...).
- I report permettono di interrogare il database con report personalizzati che potranno essere esportati in fogli di calcolo, pdf, oppure visualizzate come report grafico
- È possibile esportare qualsiasi report in formato Excel
- Import / Export guidato da menù delle tabelle in formato csv (excel)

Tools e altri archivi di appoggio

Inventory Management



Products



Price Books



Vendors



Services



Sales Order



Purchase Order

Tools



QuickBooks



Labels Editor



Calendar



Mail Manager



Documents



SMS Notifier



Recycle Bin

Prodotti / Estensioni

Moduli Custom Vtiger

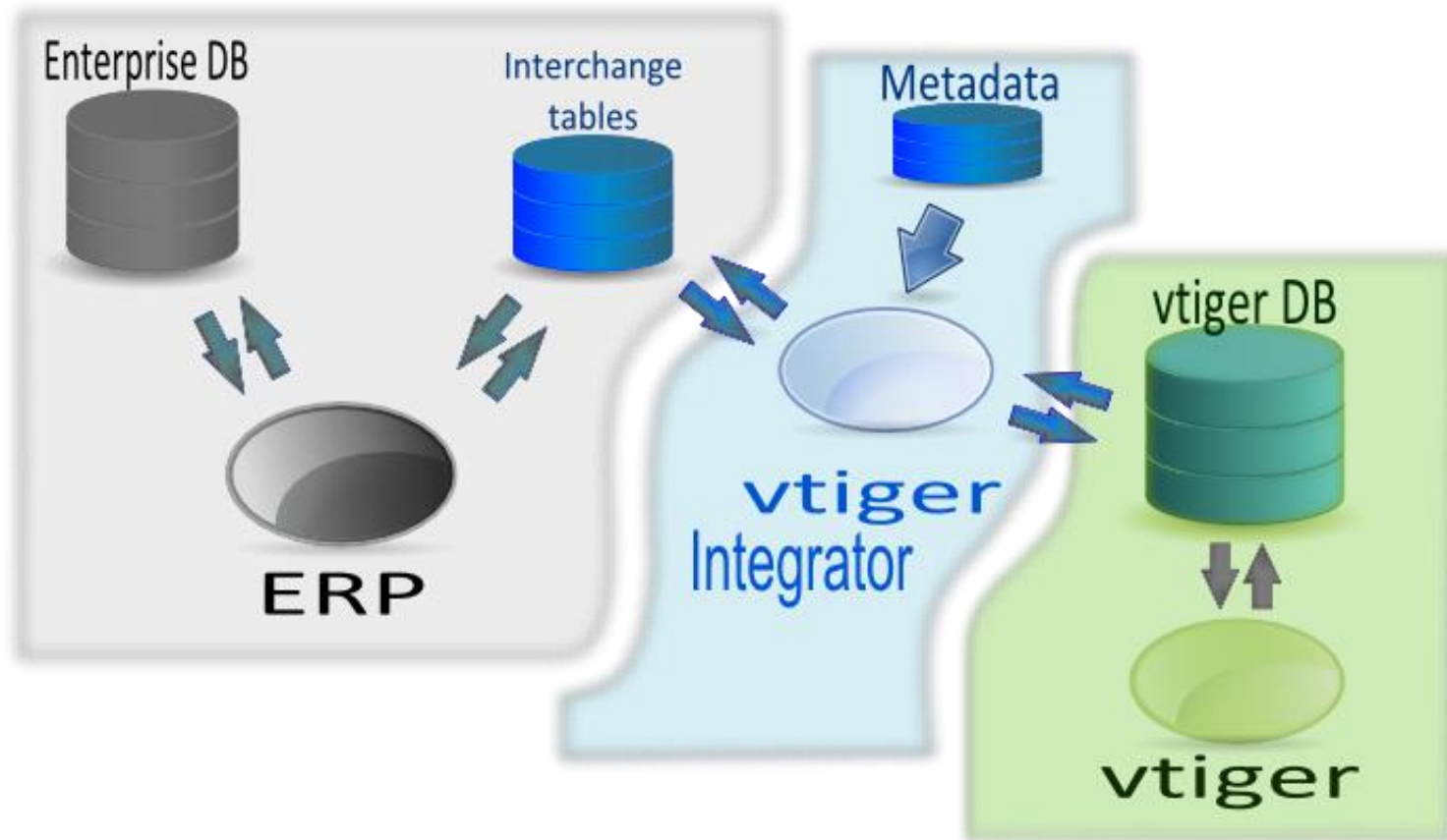
- Vtiger supporta la creazione di moduli custom, realizzati per adattarsi ad esigenze specifiche del cliente per cui non erano stati progettati i moduli standard.

Prodotti / Estensioni

Vtiger Integrator (modulo e-Soft)

- Permette di mantenere sincronizzate le anagrafiche di Vtiger con quelle di altri applicativi aziendali, in modalità mono o bidirezionale (schedulato ogni notte ed eseguibile manualmente su richiesta)

Vtiger Integrator di e-Soft



Vtiger Open Source - Architettura

Vtiger gira su architettura LAMP/WAMP, ovvero sfrutta il webserver **Apache**, è scritto in **PHP** (e javascript) e si appoggia a un database **mySQL**. È un software web-based, ovvero dal lato dell'utilizzatore finale non necessita dell'installazione di alcun programma, in quanto si utilizza un qualsiasi browser web (Firefox, Internet Explorer, ...).

Acquisire nuovi clienti con gli strumenti di marketing integrati

A cura di

Luca Rani

(Il Tetto srl)

Mailchimp Connector



Mailchimp è un software di raccolta e gestione di email particolarmente indicato per **l'invio di newsletter** e per **campagne di mail marketing**, e quindi naturale complemento del modulo marketing di Vtiger.

Il modulo di connessione realizzato da e-Soft consente di mantenere sincronizzati Aziende, Lead e Contatti Vtiger con le liste di destinatari di Mailchimp.

Il modulo è altamente parametrizzabile. E' possibile decidere quali anagrafiche sincronizzare (fino a 2 contemporaneamente, ad esempio Aziende e Lead), che tipo di sincronizzazione effettuare (bidirezionale, monodirezionale da Mailchimp a Vtiger, monodirezionale da Vtiger a Mailchimp), e quale priorità dare in caso di sincronizzazione bidirezionale (ovvero qual è l'ambiente master). Sono gestite tutte le tipologie di azioni sulle entità: creazione, aggiornamento, cancellazione.



Tutti i moduli

Inserisci il testo da cercare



Ricerca avanzata



Azioni [+ Aggiungi Campagna](#)

Campagne Redditività [Luca Rani]

1 to 20



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

<input type="checkbox"/>	Nome Campagna	Campagna Provenienza	Fornitore Lead	N. Lead Effettivi	N. Preventivi Generati	N. Ordini generati	Valore Vendite Effettive	Perc. Conversioni
<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	16T-TB-INTSIT-TEPE2-ADW	Tetto + Bonifica Amianto	Google/Youtube Adword	174	79	9	164.002,75	5.172
<input type="checkbox"/>	16T-TC-INTSIT-EBTA41-SITO	Tetto o Coperture	sito iltetto.eu	42	0	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16-TC-INTSIT-EBTA41-MCH	Tetto o Coperture	Mailing Mailchimp	4	0	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-TB-INTSIT-TEPE2-FB	Tetto o Coperture	Facebook	341	12	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-TC-INTSIT-RIPR55-SITO	Tetto o Coperture	sito iltetto.eu	16	9	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-TB-GIORIV-QUPU48-RECA	Tetto + Bonifica Amianto	Il Resto del Carlino RA-Faenza-Lugo	10	11	2	28.407,34	20.000
<input type="checkbox"/>	16T-BA-INTSIT-BOAM8-ADW	Bonifica Amianto	Google/Youtube Adword	52	36	1	17.063,98	1.923
<input type="checkbox"/>	16T-VA-CONPAS-COAZ32-PSP	Varia/Gen. Il Tetto	Passaparola	72	109	15	262.567,39	20.833
<input type="checkbox"/>	16T-TC-INTSIT-PRMQ51-SITO	Tetto o Coperture	sito iltetto.eu	177	12	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	15T-TB-INTTER-TEBO49-PRIT	Tetto + Bonifica Amianto	Preventivi.it	49	38	2	96.005,43	4.082
<input type="checkbox"/>	16T-TB-MAIL-TEPE22-SM	Tetto + Bonifica Amianto	Mailing Trendoo	0	0	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-NW-MAIL-DOBR4-MCH	Info News Consigli	Mailing Mailchimp	0	0	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-VA-FIEEVE-EVOR70-GCCSP	Varia/Gen. Il Tetto	Golf Club Castel San Pietro	5	0	0	0,00	0.000
<input type="checkbox"/>	16T-VA-FIEEVE-FESA43-FEUA	Varia/Gen. Il Tetto	Festa Unita Alfonsine	5	8	0	0,00	0.000



Tutti i moduli Ricerca avanzata

Lista Campagne

► Modificati di recente

► Tag Cloud

◀ 16T-TB-INTSIT-TEPE2-ADW

Modifica

Ulteriori



▼ Informazioni Campagna

Nome Campagna	16T-TB-INTSIT-TEPE2-ADW	Campagna No	CAMP215
Target Destinatari	Privati e Aziende	Assegnato a	Marketing Group
Zona Geografica	RA-BO-FE-MO-FC-RN-RE	Stato della Campagna	Attiva
Campagna Provenienza	Tetto + Bonifica Amianto	Creata il	04-12-2015 5:52 PM
Canale	Internet LP Il Tetto	Modificata il	01-09-2016 5:27 PM
Promo	LP Tetto Perfetto	Data di Chiusura Attesa	31-12-2016
Fornitore Lead	Google/Youtube Adword	Categoria prodotti	Tetto o Coperture
Argomento (per email)	la soluzione Tetto Perfetto	Costo per Ordine Effettivo	55,56

▼ Previsti & Effettivi

Costo a Budget	500,00	N. Pubblico Contattato	175
Pagamenti e Scadenze	MENSILE	N. Lead Effettivi	174
Informazioni e Accordi		N. Clienti Effettivi	45
Lead Previsti N.	50	N. Preventivi Generati	79
Clienti Previsti N.	13	N. Ordini generati	9
Costo per Lead Previsto	10,00	Costo per Lead Effettivo	2,87

Campagna Dettaglio

Aggiornamenti

Contatti (0)

Leads (0)

Opportunità (43)

Attività (0)

Clienti (0)

Previsti & Effettivi						
p1	Costo a Budget		€ 500,00	e1	N. Pubblico contattato	174
p2	Pagamenti e scadenze		mensile	e2	N. lead effettivi	173
p3	Informazioni e accordi			e3	N. clienti effettivi	44
p4	Lead previsti n.		50	e4	N. preventivi generati	78
p5	Clienti previsti n.		13	e5	N. ordini generati	9
p6	Costo per lead previsto	=p1/p4	10	e6	Costo per lead effettivo	=p1/e2 € 2,89
p7	Valore vendite previste		€ 60.000,00	e7	Valore vendite effettive	€ 164.002,75
p8	Ordine medio previsto	=p7/p5	€ 4.615,38	e8	Ordine medio effettivo	=e9/e5 € 18.222,53
p9	Costo per cliente effettivo	=p1/e5	€ 55,56	e9	ROI Atteso	=p7*(1-e10)-d3 € 7.900,00
p10	ROI Effettivo	=e7*(1-e10)-d3	€ 22.460,39	e10	Perc. Costi	0,86
p11	Altri costi					
Lead conversion rates				Legenda		
c1	% conversione pubblico/lead	=e2/e1*100	99,43%	calcoli semplici		
c2	% conversione lead/preventivo	=e4/e2*100	45,09%	conteggi		
c3	% conversione lead/ordine	=e5/e2*100	5,20%	calcoli con campi conteggiati		
c4	% conversione lead/cliente	=e5/e3*100	25,43%			

Q&A

e grazie per l'attenzione...

www.e-soft.it