

CRMPro

Lo strumento indispensabile per la fidelizzazione del cliente

Il costo sostenuto per acquisire un nuovo cliente è di gran lunga superiore a quello necessario per realizzare nuove opportunità sui clienti già attivi.

Il **Customer Relationship Management** nasce con l'obiettivo di aiutare le aziende nella fidelizzazione dei clienti, col fine di realizzare nuove opportunità intervenendo dove il cliente ha necessità prevedibile e soddisfabili. Fidelizzare il cliente significa conoscerlo, capire e prevederne i bisogni, capirne i tempi e rispondere alle sue segnalazioni.

Un cliente avrà forti motivazioni per restare fedele, se ravvisa nel fornitore una significativa attenzione alla sua identità.

CRMPro è lo strumento che consente la gestione delle relazioni con i clienti, col fine di averne sempre presente la situazione, prevederne le necessità ed in definitiva mantenere viva nel cliente, l'attenzione per l'azienda.

Ad esempio, l'azienda compra un archivio di nomi e li inserisce all'interno del database dei nominativi gestiti col **CRMPro**. Dopo qualche giorno iniziano le attività promozionali di **direct mailing** e telemarketing.

La **fidelizzazione del cliente** inizia già da questa fase: il possibile contatto deve essere usato con tutta la cura dovuta ad un riferimento che potrebbe e si spera sarà un **cliente**. Pertanto

- il telemarketing non deve essere frettoloso, e deve esser fatto con strumenti adeguati e all'avanguardia;
- Le azioni di **direct-mailing** devono essere mirate ad un preciso target e contenere informazioni utili al destinatario;
- la gestione nel back-office deve prevedere la possibilità di registrare le spedizioni, gli esiti, le risposte del prospect e, perché no, la sua richiesta di non essere più contattato.

Il cliente, infatti, si ricorderà dei metodi usati dall'azienda nelle prime fasi ed assolve le sue necessità immediate, resterà fedele anche in virtù di questo ricordo.



TESEO. IT SRL
C.° Alcide De Gasperi, 344 – 70125 BARI
http://www.teseo.it e-mail: info@teseo.it
tel. e fax: 080.2205198
Cap. Soc. € 80.000,00
CCIAA Bari R.I. n. 33378
P.IVA 04762340729

Tutto questo può essere svolto con successo con il CRMPro, un software appositamente ideato e studiato per consentire di automatizzare molte delle attività di gestione dei nomi e le successive operazioni di trattamento.

Oltre all'**automazione marketing** in sé, il [CRMPro](#) si presta come utile strumento di gestione, manipolazione e estrazione di dati sui contatti dell'azienda.

Ma la ricerca della competitività passa, oggi, anche per **l'automazione della forza vendite**. Il modo in cui l'azienda si organizza per la sua azione commerciale è fondamentale agli effetti della fidelizzazione dei clienti. Il cliente, infatti, ha precise aspettative sul comportamento dell'azienda nelle trattative commerciali e nelle fasi immediatamente precedenti la vendita vera e propria. I nuovi contatti, i nuovi clienti acquisibili sono favorevolmente impressionati da un'azione commerciale che lasci intravedere una precisa organizzazione dell'azienda.

Nella fase della trattativa, il possibile cliente sarà stupito e conquistato dall'applicazione di un iter preciso, mentre i vecchi clienti resteranno più facilmente fedeli verso un'azienda che tutti i giorni, nell'abito delle proprie promozioni, non dimentica le esigenze del singolo cliente, i precedenti acquisti, i problemi riscontrati e risolti, le comunicazioni inviate e ricevute: l'automazione della forza oltre che **aumentare la competitività**, è una delle fasi della fidelizzazione dei clienti.

CRMPro, contiene al suo interno, anche dei moduli specifici per l'automazione della forza vendita, con metodologie per pubblicare sul WEB le informazioni commerciali necessarie per aumentare l'impatto e l'efficienza della forza commerciale

OBIETTIVI STRATEGICI DEL CRMPRO

- Ottimizzare e razionalizzare i processi di gestione della clientela
- Incrementare l'efficacia dei processi di produzione e vendita dei servizi
- Ampio ventaglio di strumenti di analisi e reportistica dettagliata sulle varie fasi
- Avere una visione unitaria del business
- Centralizzare e normalizzare i dati
- Sostenere lo sviluppo e la crescita dell'azienda
- Implementare un sistema flessibile, sicuro ed affidabile, in grado di dare elevate garanzie di continuità



Affiliate Partner

