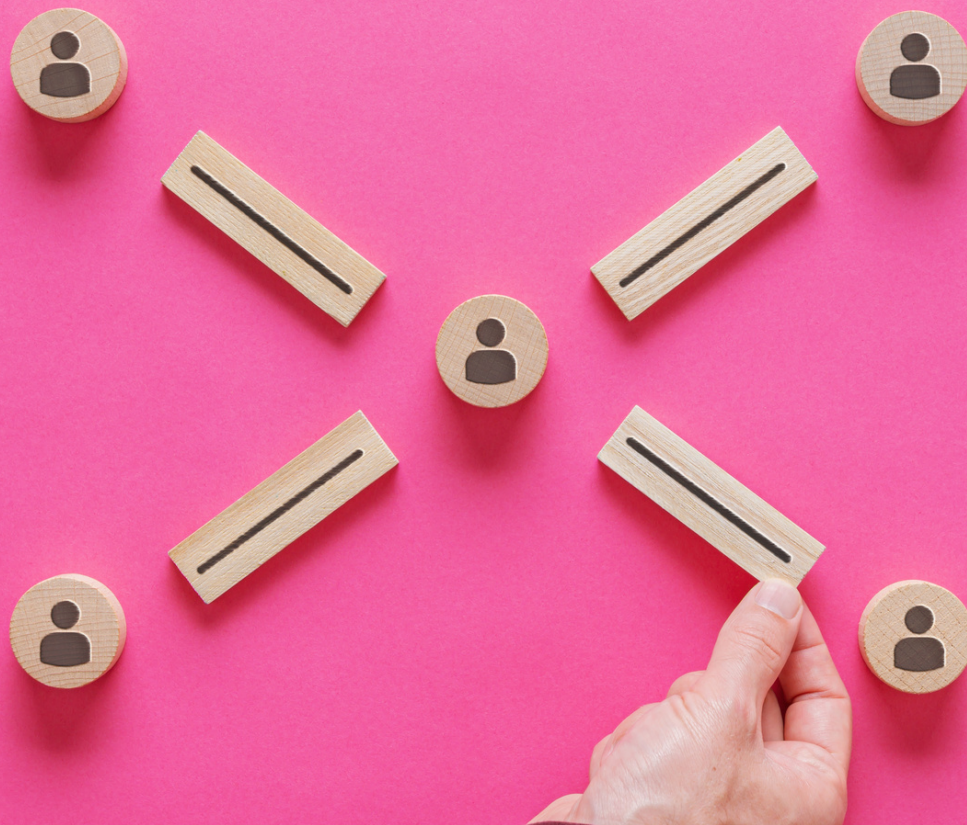


BRAINCOMPUTING

Perchè il CRM è fondamentale
per aumentare il fatturato





INTRODUZIONE

BRAIN COMPUTING

Il CRM è un approccio integrato alla gestione delle interazioni con i clienti, che utilizza tecnologie come il software CRM e l'analisi dei dati per raccogliere e gestire informazioni sui clienti. Queste informazioni vengono utilizzate per personalizzare l'approccio verso i clienti e per offrire loro un'esperienza personalizzata e coerente in ogni interazione.

Il CRM comprende una serie di processi, tra cui la gestione delle vendite, delle relazioni con i clienti e dei dati dei clienti.

Il software CRM supporta questi processi, automatizzando molte delle attività manuali e rendendo più semplice e efficiente la gestione delle informazioni dei clienti e delle aziende.



L'adozione di una strategia di CRM può portare a molte opportunità per le aziende, come una maggiore comprensione dei clienti, una maggiore soddisfazione dei clienti e una maggiore fedeltà. Inoltre, una solida strategia di CRM può aiutare le aziende a identificare e sfruttare nuove opportunità di mercato, aumentare la loro capacità di fidelizzare i clienti e migliorare la loro capacità di reagire rapidamente alle richieste dei clienti.

In sintesi, il Customer Relationship Management è una strategia cruciale per la gestione delle relazioni con i clienti e per il successo a lungo termine delle aziende. Attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate e una comprensione profonda dei clienti, le aziende possono sviluppare relazioni durature con i loro clienti e garantire una crescita sostenibile.

CONTENTS

1
COS'È UN CRM?

2
I VANTAGGI DEL CRM

3
COME SCEGLIERE IL GIUSTO CRM

4
COME IMPLEMENTARE UNA
STRATEGIA CRM

5
I MIGLIORI CRM

6
CONCLUSIONE

BRAINCOMPUTING

1

C H A P T E R

COS'È UN CRM?



In questo capitolo esamineremo cos'è un CRM e come può aiutare le aziende a gestire al meglio le loro relazioni con i clienti. Analizzeremo le modalità in cui i CRM possono aiutare le aziende a monitorare le attività di marketing, a gestire le informazioni sui clienti e a migliorare le relazioni con essi.

Il CRM, o Customer Relationship Management, è un sistema che aiuta le aziende a gestire e organizzare le informazioni sulle interazioni con i clienti. Questo include informazioni sui clienti, come nome, indirizzo, informazioni di contatto e storia delle transazioni. Il CRM offre una panoramica completa delle interazioni con i clienti, che a sua volta aiuta a comprendere meglio i loro bisogni e preferenze.

I CRM possono anche aiutare le aziende a monitorare le attività di marketing. Ad esempio, le aziende possono utilizzare il CRM per tracciare l'efficacia delle campagne di marketing e per capire quali tipologie di contenuti e messaggi stanno funzionando meglio con i clienti. Queste informazioni possono essere utilizzate anche per modificare e migliorare le future campagne di marketing.

Il CRM aiuta le aziende a gestire le informazioni sui clienti in un unico posto, rendendole accessibili a tutti i dipendenti e consentendo loro di migliorare le relazioni con i clienti. Ad esempio, i dipendenti possono utilizzare il CRM per identificare opportunità di upselling o cross-selling, nonché per rispondere rapidamente alle domande dei clienti.

Infine, i CRM possono aiutare le aziende a migliorare le relazioni con i clienti, offrendo un servizio clienti personalizzato e migliore. Ad esempio, le aziende possono utilizzare il CRM per inviare promozioni personalizzate o per fornire supporto personalizzato. Questo può aumentare la fedeltà dei clienti e aumentare la loro soddisfazione generale.

In sintesi, il CRM è un potente strumento per le aziende che desiderano gestire al meglio le loro relazioni con i clienti. Offrendo una visione completa delle interazioni con i clienti, una gestione efficace delle informazioni sui clienti e un servizio clienti personalizzato, i CRM possono aiutare le aziende a migliorare le loro relazioni e aumentare la soddisfazione degli stakeholders.

BRAINCOMPUTING

2 CHAPTER

I VANTAGGI DI UN CRM



In questo capitolo del nostro e-book, esploreremo i vantaggi del CRM e spiegheremo come il CRM può migliorare le attività delle aziende di qualsiasi settore.

Vedremo inoltre come il CRM può aiutare a gestire meglio i rapporti con i clienti, migliorare la produttività dell'azienda e generare maggiori profitti. Esamineremo anche alcuni casi di studio che dimostrano come le aziende abbiano utilizzato il CRM per raggiungere il successo.

Siamo sicuri che questo capitolo ti fornirà una panoramica completa dei vantaggi del CRM e ti aiuterà a comprendere come il CRM può aiutare la tua azienda a crescere e prosperare.

MIGLIORARE LA CUSTOMER SATISFACTION

Un buon software CRM consente di monitorare e gestire le richieste e le esigenze dei clienti in modo tempestivo ed efficiente. Ciò significa che gli operatori del servizio clienti possono rispondere alle richieste dei clienti in modo rapido ed efficace, migliorando la loro soddisfazione.



MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ

Il CRM consente di automatizzare molte attività di routine, come la gestione delle richieste di supporto clienti e la creazione di report. Ciò significa che i dipendenti possono concentrarsi su attività più importanti e strategiche, migliorando la produttività complessiva dell'azienda.

MIGLIORARE LA PIANIFICAZIONE E L'ANALISI

Il CRM consente di raccogliere e analizzare una vasta gamma di informazioni sui clienti, come il loro comportamento di acquisto e le loro preferenze. Ciò consente di pianificare meglio le attività di marketing e vendita, nonché di prendere decisioni più informate sulla base di dati reali.



MIGLIORARE LA FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI

Il CRM consente di gestire e tracciare il rapporto con i clienti nel tempo, migliorando la capacità dell'azienda di fidelizzare i propri clienti e di ottenere un vantaggio competitivo.



In sintesi, l'implementazione di un software CRM può offrire numerosi vantaggi per le aziende che cercano di migliorare le relazioni con i propri clienti e di ottenere un vantaggio competitivo sul mercato.



BRAINCOMPUTING

3

CHAPTER

COME SCEGLIERE IL GIUSTO CRM



Scegliere il giusto CRM (Customer Relationship Management) è un momento cruciale per qualsiasi attività che desideri migliorare le sue relazioni con i clienti e aumentare la propria produttività.

Ma con tante opzioni disponibili sul mercato, scegliere il CRM giusto può essere un compito arduo. In questa sezione, esploreremo alcuni consigli pratici per aiutarti a scegliere il CRM giusto per la tua attività.

VALUTA LE ESIGENZE DELLA TUA ATTIVITÀ

Prima di iniziare la ricerca del CRM, è importante capire quali sono le esigenze specifiche della tua attività. Fai una lista di tutte le funzionalità di cui hai bisogno, come la gestione delle vendite, la gestione del marketing, l'automazione delle attività e la gestione del servizio clienti.



SCEGLI UN CRM FACILE DA USARE

Il CRM dovrebbe essere facile da usare e personalizzabile in base alle tue esigenze. Assicurati che il CRM scelto abbia una interfaccia intuitiva e che sia facile da integrare con gli altri software utilizzati dalla tua attività.

SCEGLI UN CRM CHE SI INTEGRA CON LE APP AZIENDALI

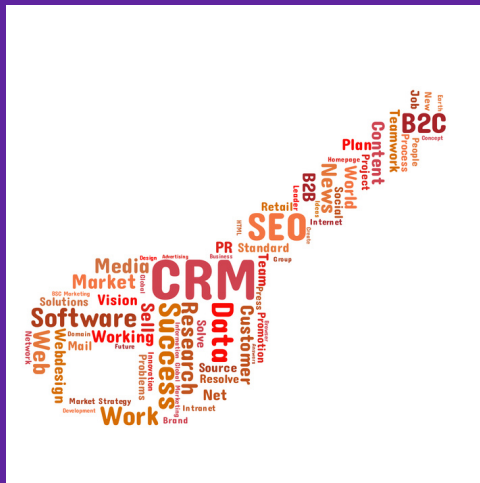
Il tuo CRM deve essere in grado di integrarsi con le altre applicazioni aziendali, come il software di contabilità e la gestione degli ordini. Questo garantirà che tutti i dati aziendali siano sincronizzati e accessibili in tempo reale.



VALUTA IL SUPPORTO E L'ASSISTENZA

Assicurati che il provider di CRM scelto offra un'assistenza clienti affidabile e tempestiva.

Verifica le recensioni e le opinioni degli utenti sui servizi di assistenza del provider.



VERIFICA LA SICUREZZA DEI DATI

La sicurezza dei dati è fondamentale quando si utilizza un CRM. Verifica che il provider di CRM scelto abbia protocolli di sicurezza adeguati per proteggere i tuoi dati e quelli dei tuoi clienti.

CONSIDERA IL PREZZO

Il costo del CRM è un fattore importante da considerare, ma non dovrebbe essere l'unico. Assicurati di scegliere un CRM che sia in linea con il tuo budget, ma che offra anche tutte le funzionalità e il supporto di cui hai bisogno.



PROVA IL CRM PRIMA DELL'ACQUISTO

Molti fornitori di CRM offrono un periodo di prova gratuito o a pagamento. Approfitta di questa opportunità per testare il CRM e valutarne l'adeguatezza alle tue esigenze prima di effettuare l'acquisto.



Scegliere il giusto CRM richiede tempo e attenzione, ma investire in un buon sistema di gestione delle relazioni con i clienti può avere un impatto positivo sulle performance della tua attività. Con questi consigli, sei pronto a iniziare la ricerca del CRM giusto per la tua attività.



BRAINCOMPUTING

CHAPTER 4

COME IMPLEMENTARE UNA STRATEGIA CRM



Il Customer Relationship Management (CRM) è diventato un elemento chiave della strategia aziendale per molte imprese. Grazie alla sua capacità di gestire efficacemente le relazioni con i clienti, il CRM può aiutare le aziende a migliorare la soddisfazione dei clienti, aumentare la fedeltà dei clienti e generare maggiori profitti.

Tuttavia, l'implementazione di una strategia CRM efficace richiede una pianificazione e un approccio ben strutturato.



Questo capitolo del nostro e-book si concentrerà su come implementare una strategia CRM. Esploreremo i passaggi chiave per implementare un sistema CRM efficace, dalla pianificazione e analisi dei processi aziendali all'implementazione del software CRM, alla formazione degli utenti e al monitoraggio dei risultati. Imparerai come selezionare il software CRM più adatto alle esigenze della tua azienda e come configurarlo per massimizzare i suoi benefici.

Siamo sicuri che questa sezione ti fornirà le conoscenze e le competenze necessarie per implementare una strategia CRM efficace nella tua azienda e migliorare le relazioni con i tuoi clienti. L'implementazione di una strategia CRM richiede un approccio metodico e ben strutturato.

ANALISI DEI PROCESSI AZIENDALI

Il primo passo consiste nell'analizzare i processi aziendali esistenti, identificando i punti critici e le opportunità di miglioramento. Ciò consentirà di definire gli obiettivi specifici della strategia CRM e di identificare le funzionalità del software CRM necessarie per soddisfare tali obiettivi.



SELEZIONE DEL SOFTWARE CRM

Una volta definiti gli obiettivi e le funzionalità necessarie, è necessario selezionare il software CRM più adatto alle esigenze dell'azienda. La scelta del software dipenderà da fattori come il budget, la complessità dei processi aziendali, il numero di utenti e la scalabilità del software.

IMPLEMENTAZIONE DEL SOFTWARE

Una volta selezionato il software, è necessario pianificare l'implementazione del CRM. Ciò include la definizione delle fasi di implementazione, la formazione degli utenti e la configurazione del software. È importante pianificare attentamente l'implementazione per minimizzare il disturbo alle attività aziendali.



MIGRAZIONE DEI DATI

Durante l'implementazione del software CRM, è necessario migrare i dati dei clienti esistenti nel nuovo sistema. Questo può rivelarsi un processo complicato e richiedere l'assistenza di esperti informatici.



TEST DEL SOFTWARE CRM

Una volta configurato il software CRM e migrati i dati dei clienti, è necessario testare il sistema per assicurarsi che funzioni correttamente. Ciò consentirà di identificare eventuali problemi o errori e di correggerli prima del lancio ufficiale.



FORMAZIONE DEGLI UTENTI

Una volta implementato il software CRM, è necessario fornire formazione agli utenti del sistema. Ciò garantirà che tutti gli utenti siano in grado di utilizzare il sistema correttamente e massimizzare i benefici del CRM.



MONITORAGGIO E MIGLIORAMENTO

Una volta lanciato il sistema CRM, è importante monitorare costantemente i risultati e identificare eventuali aree di miglioramento. Ciò consentirà di mantenere la strategia CRM al passo con le esigenze aziendali in evoluzione e di massimizzare i benefici del sistema.



In sintesi, l'implementazione di una strategia CRM richiede una pianificazione e un approccio ben strutturato. Seguendo i passaggi sopra elencati, sarà possibile implementare una strategia CRM efficace e migliorare le relazioni con i propri clienti.



BRAINCOMPUTING

5

CHAPTER

I MIGLIORI CRM



Con la crescente domanda di sistemi CRM, ci sono sempre più opzioni sul mercato, e la scelta del software giusto può rivelarsi un compito difficile.

In questo capitolo del nostro e-book, esploreremo alcuni dei migliori CRM disponibili sul mercato e ti forniremo informazioni dettagliate su ciascuno di essi. Vedremo le loro caratteristiche principali, aiutandoti a scegliere il sistema CRM più adatto alle esigenze della tua azienda.



Siamo sicuri che questo capitolo ti aiuterà a scegliere il sistema CRM giusto per la tua azienda e ti fornirà informazioni preziose su alcuni dei migliori software CRM disponibili sul mercato.

Con le informazioni presenti in questo capitolo, potrai prendere una decisione informata e garantire che il tuo sistema CRM soddisfi tutte le tue esigenze aziendali.



SALESFORCE

I MIGLIORI CRM

Salesforce è un brand leader nell'offerta CRM, con una soluzione disponibile in cloud in modalità Software as a Service (SaaS), fortemente scalabile e capace di adattarsi praticamente a qualsiasi dimensione di business possa oggi necessitare di un CRM.

Si tratta di un'offerta decisamente moderna, in quanto è stata concepita con logiche cloud native, capaci di garantire una distribuzione modulare basata su funzionalità molto ben delineate e di sfruttare le più avanzate tecnologie disponibili in cloud per migliorare l'efficienza dei servizi di Advanced Analytics di cui la piattaforma dispone.

Il caso degli strumenti basati sull'Intelligenza Artificiale (es. Einstein AI), che supportano una vasta gamma di analisi dei dati relativi ai clienti, ai fini di trarre indicazioni predittive in grado di migliorare la precisione e l'efficacia delle strategie di marketing, vendite e customer care.

Il modulo Salesforce Sales Cloud consente di importare dati di clienti e aziende da fonti interne ed esterne, ampliando il database a disposizione dell'azienda. Gli strumenti di previsione delle vendite, oltre a tenere traccia delle attività dei clienti, possono monitorare l'operato e il rendimento dei team di vendita, con una visibilità in tempo reale garantita da comode ed intuitive dashboard.

Tra i tantissimi moduli di cui Salesforce CRM dispone, Service Cloud ha una serie di tool davvero utili per offrire una visione a 360 gradi dei clienti. Dai contatti con i canali di comunicazione allo storico delle offerte e degli acquisti effettuati, con una proiezione omnichannel che consente di capire nello specifico dove sono state generate tali interazioni. Il tutto per offrire spunti utili per personalizzare le strategie di marketing e vendita ed aumentare le percentuali di conversione per ciascun cliente.

Il modulo Order Management integra funzionalità avanzate per offrire un'elevata visibilità su ordini, clienti, prodotti, inventario e promozioni attive, in modo da dialogare in tempo reale con la produzione e soddisfare le esigenze dei consumatori in maniera puntuale e veloce. Le funzionalità del flusso di lavoro di Salesforce sono basate su un approccio in tempo reale, con moduli personalizzabili per l'acquisizione dati sul campo e una forte integrazione tra componenti di marketing e vendita.

Gli utenti possono inoltre comunicare con l'azienda grazie ad un canale social incorporato, che si sincronizza con Microsoft Outlook per la gestione delle e-mail e dei calendari, con un supporto esteso anche a Gmail.



HUBSPOT

I MIGLIORI CRM

Da molti definito il Salesforce per i piccoli business, Hubspot CRM offre funzionalità moderne che mirano a soddisfare le principali esigenze di marketing, vendite e customer service con un'interessante proposta freemium, pensata soprattutto per chi vuole iniziare ad utilizzare un CRM senza, come si suol dire, impegnarsi troppo.

Non ha ovviamente la completezza e la profondità di Salesforce, ma ne condivide la natura native cloud.



HUBSPOT

I MIGLIORI CRM

Di recente concezione e sviluppo, Hubspot CRM è una soluzione SaaS che garantisce molti strumenti per gestire i contatti dei clienti ed acquisire una grande varietà di dati sul loro conto, grazie a sistemi di tracciamento delle attività molto precisi.

La suite si contraddistingue inoltre per via di un data warehouse centralizzato, che contiene le informazioni pubblicamente condivise relative a milioni di società, senza dover ricorrere puntualmente a fonti dati esterne.



ZOHO

I MIGLIORI CRM

Celebre soluzione open source concepita particolarmente per i piccoli business, Zoho garantisce un CRM dotato di funzionalità molto complete, che si distinguono in particolare nel marketing automation e nella social collaboration. Grazie alla sua natura open source, Zoho è in grado di gestire dati provenienti da varie fonti, con una buona integrazione con i principali sistemi e-mail attualmente disponibili.

Interessante la app AI-driven Zia, che consente di generare analisi e previsioni in tempo reale particolarmente utili nel supportare le attività del reparto vendite. Vanta funzionalità di social CRM, sviluppate soprattutto per Facebook e Twitter, che consentono di tracciare e monitorare in tempo reale il customer engagement, producendo dati utili per le attività di sentiment analysis.



SUGAR CRM

I MIGLIORI CRM

Probabilmente la soluzione commerciale open source più completa tra quelle attualmente disponibili, Sugar CRM gode di un ampio supporto applicativo sia in cloud che on-premise, che gli consentono di risultare funzionale alle esigenze di grandi e piccoli business.

Le sue funzioni sono focalizzate sul project management, con strumenti che consentono di ottimizzare il workflow delle relazioni con i clienti, con molta attenzione per quanto concerne gli aspetti legati alla profilazione e alla personalizzazione dei servizi.



SUGAR CRM

I MIGLIORI CRM

Le funzioni di reportistica avanzata (basate su SQL) consentono a SugarCRM un'elevata visibilità che agevola la collaborazione tra le varie linee di business attive in azienda.

In tal senso, risulta interessante l'approccio proposto dalle funzioni social per supportare le attività di vendita e customer care, sfruttandone le relative sinergie.

SugarCRM non dispone di alcuna funzionalità e-commerce, ma può integrarsi con altri sistemi capaci di gestire tale funzionalità. La sua natura open source risulta ben valorizzata dalla disponibilità di API che ne agevolano lo sviluppo di connettori per varie fonti di dati e l'integrazione nei vari sistemi aziendali.

Customer Relationship Management

ZENDESK

I MIGLIORI CRM

Esempio di CRM cloud native (SaaS) specializzato in particolare nel far bene una cosa, nel caso specifico il customer care. Zendesk si distingue inoltre per essere fortemente orientato all'utilizzo su mobile, proprio per facilitare il più possibile l'interazione finalizzata al supporto dei clienti.

La app dispone di funzionalità molto specifiche per la creazione e la gestione dei ticket (con la possibilità di convertire automaticamente le mail in ticket), il tracciamento dell'incidente e la gestione delle comunicazioni con il cliente.

Questo aspetto è svolto con efficienza dai moduli Zendesk Chat e Zendesk Talk, che integrano nativamente nella piattaforma CRM i servizi di chat testuali e di conversazioni telefoniche.



CRM

MARKETO

I MIGLIORI CRM

Marketo è un CRM cloud native specializzato nell'impiego delle mail come principale strumento per coinvolgere i clienti, con cui si relaziona con interessanti soluzioni premiali basate sulla gamification. In qualità di CRM engagement-driven, Marketo pone particolare attenzione sui dati comportamentali dei clienti per personalizzare nel miglior modo possibile l'esperienza di quest'ultimo. Interessante l'approccio che mira a sfruttare i social media per valorizzare il contributo della community, incoraggiando gli utenti alla condivisione, per sostenere le attività di marketing del brand in cambio di un sistema di ricompense.

Pur avendo funzionalità CRM abbastanza complete per essere impiegato come stand alone, Marketo è concepito per integrarsi facilmente con Salesforce e Dynamics 365 quale estensione che consente di potenziare gli aspetti relativi al lead management.

CRM

Customer
Relationship
Management



HUBSPOT

I MIGLIORI CRM

Definito il Salesforce per i piccoli business, Hubspot CRM offre funzionalità moderne che mirano a soddisfare le principali esigenze di marketing, vendite e customer service con un'interessante proposta freemium, pensata soprattutto per chi vuole iniziare ad utilizzare un CRM senza impegnarsi troppo.

Hubspot CRM è una soluzione SaaS che garantisce molti strumenti per gestire i contatti dei clienti ed acquisire una grande varietà di dati sul loro conto, grazie a sistemi di tracciamento delle attività molto precisi.

La suite si contraddistingue inoltre per via di un data warehouse centralizzato, che contiene le informazioni pubblicamente condivise relative a milioni di società, senza dover ricorrere puntualmente a fonti dati esterne.



MICROSOFT DYNAMICS 365

I MIGLIORI CRM

Un altro gigante del CRM è senza ombra di dubbio Microsoft Dynamics 365, la cui suite è supportata da un enorme ecosistema di applicazioni che consente di integrarsi con soluzioni di terze parti, ai fini di garantire un elevato livello di integrazione con qualsiasi sistema aziendale, sia in ambito B2B che in ambito B2C.

Dynamics 365 offre dunque un range di soluzioni end-to-end, concepite per risolvere le esigenze CRM dei principali ambiti verticali dell'industria, garantendo in particolare ai team marketing, vendite e customer care, gli strumenti necessari per condurre le loro attività di creazione e gestione delle campagne, di generazione della lead e di profilazione di ciascun cliente.

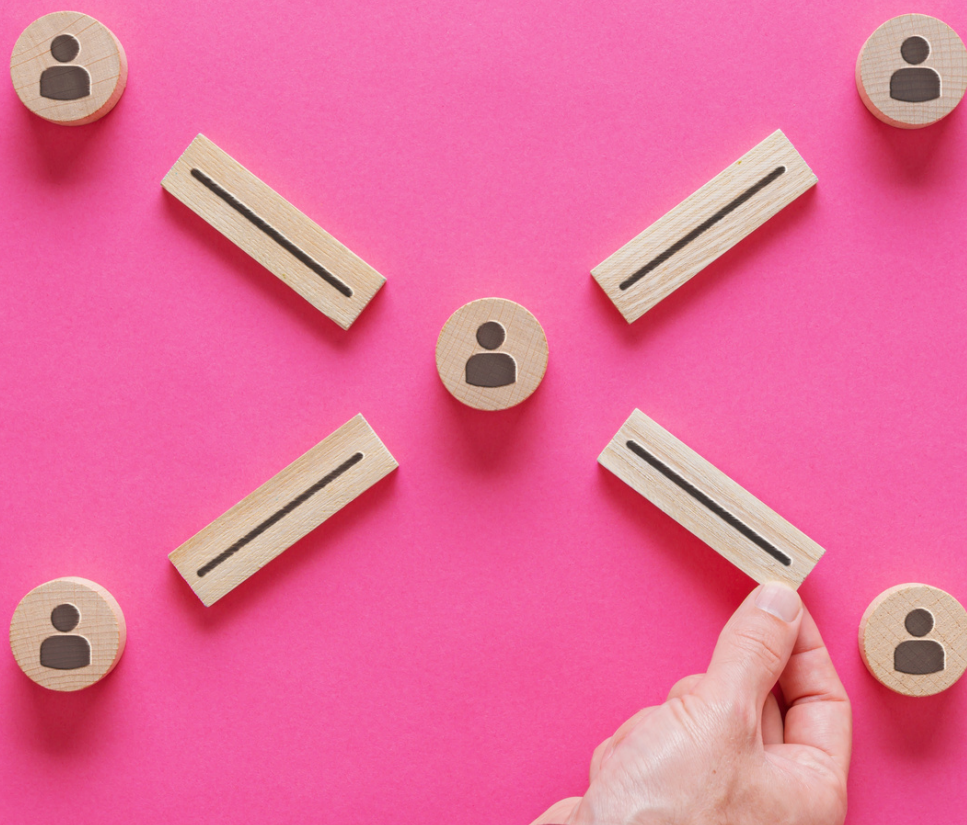
La facilità con cui Dynamics 365 integra le sue estensioni, sia di marca Microsoft che di terze parti, consente di generare un'ampia varietà di insight, di automatizzare attività di marketing multichannel, monitorando le interazioni dei clienti per intercettare le loro preferenze e personalizzare le campagne di contatto.

Dynamics 365 consente di accedere e sfruttare le sinergie di un ecosistema di soluzioni software incredibilmente ampio.

L'integrazione pressoché nativa con Power BI consente di abilitare un'attività di Business Intelligence molto profonda, per generare report semplici ed intuitivi anche analizzando enormi quantità di dati strutturati. I tool di data visualization di cui Dynamics 365 dispone consentono di creare facilmente delle dashboard per garantire visibilità e controllo delle informazioni relative ai clienti, interagendo in tempo reale con una pluralità di fonti di dati.

Un indubbio punto di forza dell'offerta di Microsoft consiste pertanto nell'elevata integrazione nell'ecosistema Windows, in cloud e on-premise. Per quanto, come tutti i principali vendor, Microsoft spinga per orientare i propri clienti ad utilizzare la più moderna offerta in cloud, le applicazioni CRM di Dynamics 365 sono in larga parte anche disponibili on-premise, con installazione nei data center aziendali, o ibride, per consentire alle aziende di adattarsi a qualsiasi esigenza di gestione e trattamenti dei dati e compatibilità con i sistemi legacy.

Mentre le versioni on-premise sono disponibili soltanto per Windows, le applicazioni di Dynamics 365 in cloud sono utilizzabili con tutti i principali sistemi operativi.



SAP CEC SUITE

I MIGLIORI CRM

SAP offre una soluzione SaaS fortemente orientata al customer engagement e all'e-commerce, organizzata in una serie di moduli su una piattaforma che dispone di un social media dedicato e di vari strumenti di analytics. Grazie ad una serie di funzionalità avanzate, la suite CRM di SAP è in grado di supportare soprattutto le grandi aziende, sia in ambito B2B che B2C.

SAP dispone di moduli speciali come Hybris Marketing Cloud, che mette a disposizione una serie di tool per creare e gestire campagne di lead generation basate sull'analisi in tempo reale dei dati provenienti dal mercato, in modo da personalizzare le azioni rivolte ad ogni cliente, sulla base di una profilazione molto efficace. Particolarmente interessanti anche le funzioni social CRM (SAP Jam) ed e-commerce (SAP Hybris Commerce Cloud), che consentono un approccio innovativo nella creazione del customer journey.



CRM



ORACLE CX CLOUD

I MIGLIORI CRM

La suite CX di Oracle è una delle più complete in termini di funzionalità, in quanto dispone di un'ampia varietà di tool CRM per gestire le relazioni con i clienti in ambito marketing, vendite, customer care, e-commerce, in ambito B2C e B2B, con funzionalità CPQ (Configure Price and Quote), utilissime per accelerare la preventivazione e la gestione degli ordini.

La natura cloud native di Oracle CX Cloud si presta con naturalezza alla personalizzazione dei vari moduli, per adattarli ad un ampio range di esigenze.



ORACLE CX CLOUD

I MIGLIORI CRM

Oltre al già citato CPQ Cloud, la suite CRM di Oracle CX presenta moduli particolarmente interessanti per il customer care (Service Cloud) e l'e-commerce (Commerce Cloud), con funzioni avanzate di gestione del frontend-backend, in particolare per quanto concerne la gestione del catalogo prodotti e dell'inventario.

Una serie di efficaci template consente di configurare facilmente le interfacce web degli storefront, con funzionalità moderne come le azioni drag and drop.



SISTEMA CRM

I MIGLIORI CRM

Il nostro software CRM è caratterizzato da numerose funzionalità, tra cui la gestione dei contatti e dei clienti, la gestione delle attività, la gestione delle opportunità di vendita e la generazione di report. Inoltre, il software è completamente personalizzabile e può essere adattato alle specifiche esigenze del proprio business.

Altamente performante e affidabile, con tempi di risposta rapidi e un'interfaccia intuitiva che facilita l'utilizzo da parte degli utenti, il nostro software CRM è disponibile online, il che significa che può essere accessibile da qualsiasi dispositivo con una connessione Internet.

[Scopri tutte le funzionalità](#)



BRAINCOMPUTING

7

CHAPTER

CONCLUSIONI



Nel corso di questo e-book, abbiamo esplorato alcune delle funzionalità più importanti che un buon CRM dovrebbe avere, come la gestione delle vendite, la gestione del servizio clienti e la gestione dei dati dei clienti.

Queste funzionalità sono essenziali per aiutare le aziende a gestire le loro relazioni con i clienti in modo efficiente e per garantire un'esperienza coerente per i clienti in ogni interazione.

Inoltre, abbiamo discusso come una solida strategia di CRM possa aiutare le aziende a identificare opportunità di crescita e aumentare la loro capacità di fidelizzare i clienti. Questo è importante per garantire una crescita sostenibile e per preparare le aziende a sfruttare al meglio le opportunità future.

Siamo sicuri che questo e-book ti abbia aiutato a capire meglio come i CRM possono aiutare le aziende a raggiungere questi obiettivi.



È importante sottolineare che il successo del CRM dipende dalla sua corretta implementazione e dalla sua adozione da parte di tutti i dipartimenti dell'azienda.

Una solida formazione per tutti i dipendenti che utilizzeranno il CRM è essenziale per garantire che tutti i dipartimenti lavorino insieme in modo coerente e che siano in grado di trarre il massimo vantaggio dal CRM.

In conclusione, i CRM sono uno strumento essenziale per le aziende che desiderano gestire al meglio le loro relazioni con i clienti.

Con la scelta del giusto CRM e una corretta implementazione e adozione dello stesso, le aziende possono migliorare la soddisfazione dei clienti, nonché aumentare la fedeltà dei clienti.

[Prenota una consulenza](#)





**Qualunque cosa tu faccia,
falla bene. Falla così bene che
quando le persone ti vedono
all'opera, vorranno tornare e
vederti farlo di nuovo, e
vorranno portare gli altri e
mostrare loro quanto bene fai
quello che fai.**

Walt Disney
Fondatore di The Walt Disney Company

BRAINCOMPUTING



THE HUMAN TOUCH

Dal 2001 ad oggi, siamo diventati il principale partner di sviluppo software per grandi aziende e Brand quotati in Borsa. Realizziamo soluzioni dal forte impatto, basate su tecnologie evolute e impiegate in tutti i segmenti di mercato.

BRAINCOMPUTING

braincomputing.com