

# Sapere tutto, ma proprio tutto, sul cliente

Come ALFACOD integra il Customer Journey

Relatore: Enrico Maggi, OpenSymbol

**Due parole su OpenSymbol**



Siamo focalizzati al 100% sul CRM

# Tutti i mercati rischiano di essere “uberizzati”





# OpenSymbol

OpenSymbol  
THE CRM COMPANY

13 anni di esperienza nel CRM

50+ dipendenti tutti appassionati di CRM





Oltre il 70% dei fallimenti è legato a problemi di **User Adoption**  
(Forrester Research).

Lack of user adoption is responsible for

**70%** of failed  
CRM  
projects.

La **User Adoption** è la **vera sfida** che ogni azienda  
che investe in un progetto di CRM deve affrontare.

# Advanced training

Per favorire l'adozione e ottenere il massimo dall'investimento abbiamo un team che realizza un piano strutturato:

1. Preparazione degli utenti prima del rilascio (Why - How - What)
2. Redazione di email motivazionali prima di ogni corso
3. Progettazione di corsi coinvolgenti (no teaching, sì learning)
4. Follow up dei corsi (questionari, test)
5. Redazione di email per tenere vivo l'interesse (es. iscrizione a community)



**Gruppo Alfacod**



Anno di fondazione: **1986**

Sedi: **Bologna** e una filiale a **Milano**

Settore: **1° Gruppo in Italia nel mercato dell'AIDC** (Automatic Identification and Data Capture)

Fatturato: **circa 25 mio €**

Numero dipendenti: **65+**



Koamtac KDC

Terminali tascabili

# Soluzioni

VEDI TUTTE LE SOLUZIONI ▾

Il Gruppo Alfacod, nei tanti anni di attività, si è specializzato in soluzioni di identificazione automatica, tracciabilità, sistemi di stampa, wifi, rfid e nello sviluppo di software personalizzato. Ogni soluzione viene ideata seguendo le esigenze del cliente e affidata ad un Team di specialisti che accompagnano il Cliente lungo ogni singola fase di realizzazione.

<p><b>Soluzioni Lettura barcode</b></p> 	<p><b>Soluzioni Mobile computing</b></p> 	<p><b>Soluzioni di Stampa</b></p> 	<p><b>Soluzioni e reti WiFi</b></p> 	<p><b>Applicatori etichette</b></p> 	<p><b>Soluzioni RTLS magazzino</b></p> 
--	--	---	--	---	--

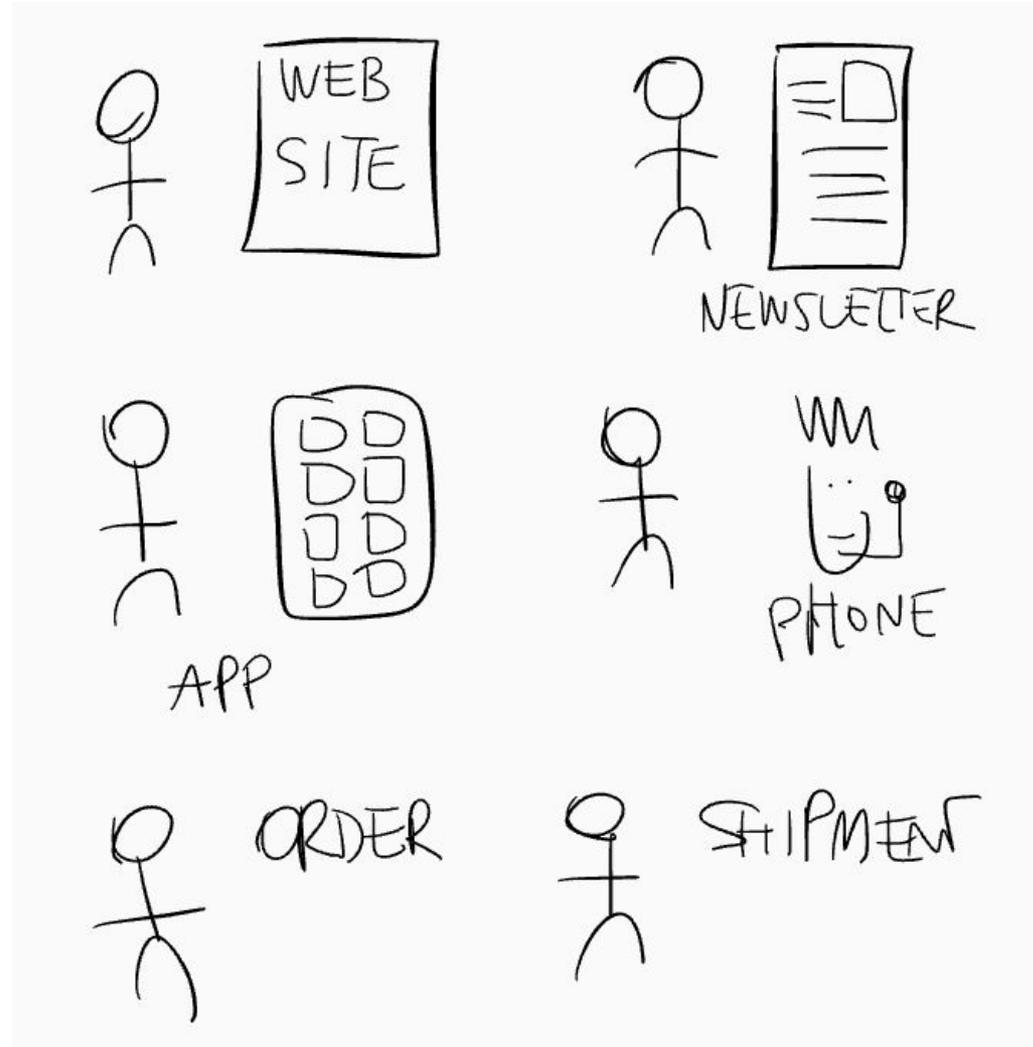
**Sapere tutto, ma proprio tutto, sul cliente**

# Why: perché un progetto CRM

- Trovare informazioni sul cliente comporta consultare almeno 3 sistemi diversi
- Non c'è un sistema che fa da filo conduttore per tutto il Customer Journey
- I processi sono disconnessi, tenuti assieme solo dall'esperienza delle persone

# Why: perché un progetto CRM THE CRM COMPANY

Stesso cliente,  
stessa azienda  
esperienze  
diverse



# What: cosa vogliamo dal CRM

- Avere una visione unica del cliente
- Avere uno strumento che “tenga assieme” tutto il Customer Journey
- Avere uno strumento che “guidi” le persone sulle cose giuste da fare per ogni cliente e per ogni momento del Customer Journey

# How: come vogliamo il CRM

- Creazione Database unico
- Integrazione tra strumenti (gestionale, Gmail, MailChimp)
- Diffusione di una cultura “Customer Centric”

# How: come vogliamo il CRM

- Alert se ci sono situazioni problematiche
- Focalizzazione sui clienti con Conversion Rate alto
- Recupero attivo opportunità dormienti
- Maggiore efficacia nella vendita con una gestione proattiva delle opportunità commerciali
- Gestione ottimizzata della merce in c/visione

# How: come vogliamo il CRM

- Visualizzazione Offerte in preparazione da completare
- Visita cliente paperless (sales + AS)
- Mobile
- Monitoraggio attività e risultati relativi
- Maggiore efficienza nella gestione dei rapporti di intervento, con conseguente diminuzione delle problematiche post intervento

# How: come vogliamo il CRM

- Condivisione esperienza tra colleghi
- Accesso a portata di mano ad informazioni finanziarie, reclami, ritardi di consegna
- Proattività commerciale
- Ricerca smart di condizioni commerciali precedenti
- Alert per immediata individuazione problematiche (mancati pagamenti, superamento fido, consegne ordini non rispettate, riparazioni aperte)

# How: come vogliamo il CRM



# Come Alfacod integra il Customer Journey

Dalla lead generation al time reporting,  
attraverso una forza vendita e di assistenza sempre all'erta.

Unire le best practice del CRM  
con i decision journey dei clienti.



# Piano di progetto 4 mesi

## 1<sup>st</sup> Release

*Febbraio-Marzo  
"Creazione Customer  
Database unico"*

AS IS

Impostazione modulo Utenti, visibilità e sicurezza

Impostazione Lead, Account, Contatti

Import massivo dati storici

Integrazione Gmail

Inizio integrazione al gestionale (anagrafiche, movimenti e disponibilità magazzino, ordini, invio dati per creazione preventivo)

## 2<sup>nd</sup> Release

*Marzo-Aprile  
"Flussi commerciali, marketing e rapporti di intervento"*

Impostazione Eventi, Prodotti, Opportunità di vendita, Ordini, Movimenti di magazzino

Impostazione workflow automatizzati

Integrazione tool per firma digitale

Integrazione tool di DEM

Termine integrazione al gestionale (anagrafiche, movimenti e disponibilità magazzino, ordini, invio dati per creazione preventivo)

## 3<sup>rd</sup> Release

*Aprile-Maggio  
"Misurazione risultati e Go Live"*

Reportistica marketing

Reportistica commerciale

Reportistica sui rapporti di intervento

Formazione agli utenti

Follow up e supporto post-progettuale

# “Nuovo modo” di fare CRM

PRIMA	DOPO
Processi interni prima delle esigenze del cliente	Esigenze del cliente in sincronia con i processi interni
Raccolta dati generica, non integrata e destrutturata	Raccolta dati specifica Dipartimenti aziendali allineati
User Adoption difficile	User Adoption facile
Dipartimenti divisi, mancanza di trasparenza	Definizione e visualizzazione di tutti i journey Riduzione di tempo e costi

# Lead Generation

- Web-to-lead form sul sito
- (Simple) Marketing Automation
- Lead qualification
- Lead assignment



Vedi anche:

-  Soluzioni
-  Mercati
-  Casi di successo
-  Area Download
-  Assistenza

## Richiesta di preventivo

Puoi richiedere un preventivo indicandoci in breve l'applicazione necessiti, compilando i campi del Form qui sotto. Il nostro personale contatterà telefonicamente in tempi rapidi.

Nome

Cognome

Azienda

Città



# Sales Management

- Conversione lead → account
- Integrazione con gestionale per offerte a prospect
- Creazione opportunità con preventivi associati
- Check in real time quantità merce in magazzino
- A preventivo confermato, push sul gestionale e generazione ordine



# After Sales Management

- Gestione interventi ed installazione
- Creazione evento in calendario automatica
- Time reporting
- Paperless: creazione PDF dell'intervento tecnico ed invio al referente designato
- Gestione full mobile



# Risultati

- Semplificazione processo di qualifica e conversione lead
- Accorciamento ciclo di vendita
- Aumento opportunità chiuse con successo
- Efficienza organizzativa
- Paperless
- Monitoraggio offerte commerciali
- Tracciamento ricavi semplice ed intuitivo
- Processo di monitoraggio della rete vendita snello
- Rapida gestione ticket

# Next Steps

- Marketing automation “forte”
- Einstein - Intelligenza Artificiale
- IoT - supporto predittivo

# Voi che cosa volete?



# Per informazioni

OpenSymbol Srl

**Enrico Maggi**

[enrico.maggi@opensymbol.it](mailto:enrico.maggi@opensymbol.it)

[www.opensymbol.it](http://www.opensymbol.it)

