

# 10 STEP CRM

PER ACQUISTARE IL

## PRIMA FASE CONOSCERE LA TUA AZIENDA

indispensabile sapere come lavorano, quali problemi incontrano e cosa si può migliorare direttamente dalle persone che useranno il CRM

▶ aumenta la **CHIAREZZA SULLE AZIONI DA INTRAPRENDERE** e aumenta il **SOSTEGNO E LA COLLABORAZIONE AL PROGETTO**

**SCEGLIERE LE PERSONE DA COINVOLGERE NEL PROGETTO**



**MAPPATURA PROCESSI AZIENDALI**

individuare i **PROCESSI CHE FUNZIONANO** e quelli **CHE NON FUNZIONANO** serve ad identificare i punti di forza e debolezza

▶ in questo modo ottieni le linee guida per definire le **FUNZIONALITÀ CRM "MUST HAVE"** in relazione alla tua azienda

**SW ON PREMISE**  
- rilascio tradizionale  
- infrastruttura tecnologica (server, storage, ecc.)

▶ **INVESTIMENTO** costo iniziale sw + canone annuale di manutenzione

**SW AS A SERVICE (SAAS)**  
- infrastruttura del fornitore CRM

▶ **COSTO OPERATIVO** costo ripartito come canone mensile

**SCEGLIERE L'OPZIONE PIÙ ADATTA AL TUO BUDGET**



**CAPIRE I VINCOLI NORMATIVI DEL TUO SETTORE DI ATTIVITÀ**

comprendere le **MODALITÀ IN CUI I DATI POSSONO ESSERE UTILIZZATI**

## SECONDA FASE CONOSCERE I TUOI REQUISITI

in che misura il tuo staff è pronto ad adottare nuove applicazioni e nuovi concetti?

▶ una maggiore **FLESSIBILITÀ DEL TUO STAFF** diminuisce la necessità di supporto di del fornitore CRM

**REQUISITI DI SUPPORTO**



**REQUISITI DI INTEGRAZIONE**

- fino a che punto la soluzione CRM si integrerà con i sistemi già presenti in azienda?  
- la soluzione CRM va limitata ad alcune funzioni aziendali?  
- la soluzione CRM può essere estesa a tutte le aree aziendali nell'ottica del cliente al centro?

se ti fai "catturare" dalle sole funzionalità aggiuntive rischi di avere **FUNZIONALITÀ "COOL" MA CHE NON USERAI MAI**

se guardi agli obiettivi della tua azienda, a come vuoi cambiare i processi e all'approccio al cliente che vuoi avere, identificherai meglio le **FUNZIONALITÀ PIÙ ADATTE ALLA TUA AZIENDA**

**REQUISITI DI FUNZIONALITÀ**



**REQUISITI DI MERCATO**

**MERCATO VERTICALE:** sono stati creati CRM su misura per alcuni settori: assicurazioni, immobiliari, agro alimentare, no profit

La tua azienda adotta sempre gli stessi canali con i clienti?

**MERCATO ORIZZONTALE:** La tua è un'azienda rivenditrice? Ha necessità di gestire diversi livelli di relazione con i clienti diretti e i clienti che acquisisce dai partner?

fai la tua **RICERCA PERSONALE** sull'azienda fornitrice che hai scelto e su come altre aziende si sono trovate con i loro servizi [i social network possono esserti utili in questo passaggio]

trovare **FORNITORI CHE SI DIANO DA FARE** e che siano **ALL'ALTEZZA DEL LIVELLO DI COMPLESSITÀ** della tua organizzazione è indispensabile per instaurare rapporti di lunga durata

**REQUISITI DEL FORNITORE**



**REQUISITI FINANZIARI**

verifica **L'INTERO COSTO DELLA SOLUZIONE CRM**

▶ **COSTO BASE + COSTI DI PERSONALIZZAZIONE + INTEGRAZIONE + SUPPORTO**