

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

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

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

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**