

NETINVENT- Software Application



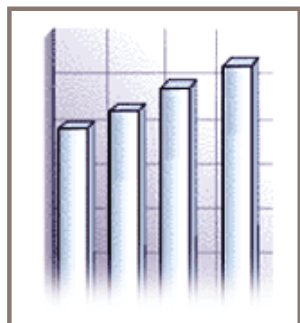
CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Customer Relationship Management - La nuova dimensione del business

Il pensiero CRM è un nuovo modo per sviluppare il proprio *business* perchè dall'azienda orientata al prodotto si passa al nuovo concetto di azienda orientata al cliente.

Il nuovo vantaggio competitivo è legato alla corretta gestione delle relazioni aziendali.

Il valore aggiunto: le informazioni rappresentano per l'azienda il patrimonio di maggior valore quindi bisogna salvaguardarle, renderle condivisibili e sempre coerenti. Attraverso la corretta gestione delle informazioni, che ruotano attorno alle diverse entità di contatto aziendali, è possibile ingranare una marcia in più rispetto alla concorrenza.



Gli obiettivi che si prepongono di raggiungere il CRM sono:

Uniformare e condividere l'insieme di informazioni e relazioni intercorse con i clienti ed i potenziali clienti.

Fidelizzare i clienti in essere.

Sviluppare, sulla base delle informazioni gestite, un nuovo business (**marketing share**).

Acquisire nuove quote sui clienti in essere sfruttando al massimo le loro capacità di acquisto (**customer share**).

Utilizzare molteplici canali di comunicazione: fax, lettere, e-mail, telefono, sms, web, ecc.

Controllare la forza vendita: il bagaglio culturale di ogni singola entità commerciale potrà essere memorizzato e sfruttato in futuro senza dover perdere informazioni vitali per il proseguimento dei rapporti con i clienti.

Analizzare le informazioni acquisite per poter scegliere in quale mercato, in quale settore merceologico, con quali prodotti proporsi riducendo al massimo la perdita di risorse importanti quali, tempo, soldi, uomini e mezzi.

Gestione dell'attività di post-vendita in modo da poter proseguire la relazione con il cliente anche dopo che ha acquistato i prodotti.

