

COME AFFRONTARE CON SUCCESSO UN PROGETTO DI CRM

Come impostare correttamente una logica di gestione commerciale basata sulle relazioni

SIGNIFICATO E FINALITÀ

Le aziende che adottano un sistema CRM di norma si prefiggono di controllare le vendite tracciando le azioni al fine di conferire trasparenza ad un'area che spesso troppo dipende dalle percezioni personali dei coinvolti. Ma non sempre questo obiettivo viene raggiunto. I commerciali hanno difficoltà a usare i sistemi, perdono tempo, le informazioni memorizzate sono poco utili a fare previsioni, e nel tempo il progetto si ferma. Il CRM è una modalità di gestione del business da non confondere con i software di CRM. Il corso illustra come progettare e porre in atto un progetto di successo.

LE DOMANDE A CUI RISPONDE IL CORSO

- Perché è difficile adottare un CRM?, Che cosa è veramente un CRM?,
- Se il CRM gestisce le relazioni, allora che cosa sono?,
- Come si fa a gestire una relazione?,
- Il CRM è uno strumento o una modalità di lavoro?,
- Perché i venditori non usano il CRM?,
- Come potrebbero usarlo il CRM per sapere a priori che cosa fare per gestire la relazione?,
- Come si può fare una previsione di vendita attendibile con un CRM?
- Quali sono i passi di un progetto di attivazione o di revisione di un software CRM?

PROGRAMMA

Rilevazione e analisi fabbisogni dei partecipanti

Significato di una logica di gestione del portfolio clienti basata sulle relazioni. Il CRM filosofia gestionale da non confondere con le applicazioni software denominate CRM. I concetti di base di un CRM nel B2B. Che cosa è una relazione e come si misura. Importanza della relazione nel business industriale. L'importanza dei piani relazionali. Come si suddividono i clienti per livelli di relazione. Il CRM come logica di allineamento tra marketing, vendite e post vendita. Gli impatti nella pianificazione commerciale. Come stabilire gli obiettivi di un progetto CRM. Come scegliere tra la clonazione dei processi commerciali in essere e la modifica dei processi in logica CRM. Le fasi di un progetto di trasformazione del business in logica relazionale. L'importanza della scelta delle figure chiave da coinvolgere nel progetto. Come scegliere il partner di sviluppo. Le più comuni trappole da evitare. L'importanza della formazione di tutti i coinvolti nel progetto. Come gestire i commerciali in logica CRM. Set di indicatori che servono a misurare l'andamento del business. Quali strumenti dell'informatica usare. I software di CRM.

CALENDARIO DIDATTICO

Durata: 1 giornata

Prezzo: 1.290,00