

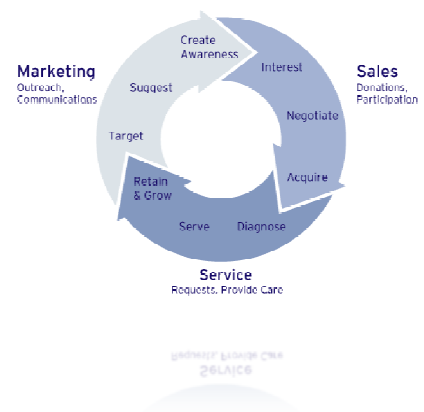
Il mondo del CRM: la gestione e la fidelizzazione del cliente

Il concetto di **Customer relationship management** (termine [inglese](#) spesso abbreviato in **CRM**) è legato al concetto di fidelizzazione dei clienti.

In un'impresa orientata al [Marketing](#), l'attenzione verso il cliente è cruciale e determinante. Per questo motivo il marketing management deve pianificare e implementare apposite strategie per gestire una risorsa così importante.

Il CRM si spinge sostanzialmente secondo tre direzioni differenti e separate:

1. L'acquisizione di nuovi clienti (o "clienti potenziali")
2. L'aumento delle relazioni con i clienti più importanti (o "clienti coltivabili")
3. La fidelizzazione più longeva possibile dei clienti che hanno maggiori rapporti con l'impresa (definiti "clienti primo piano")



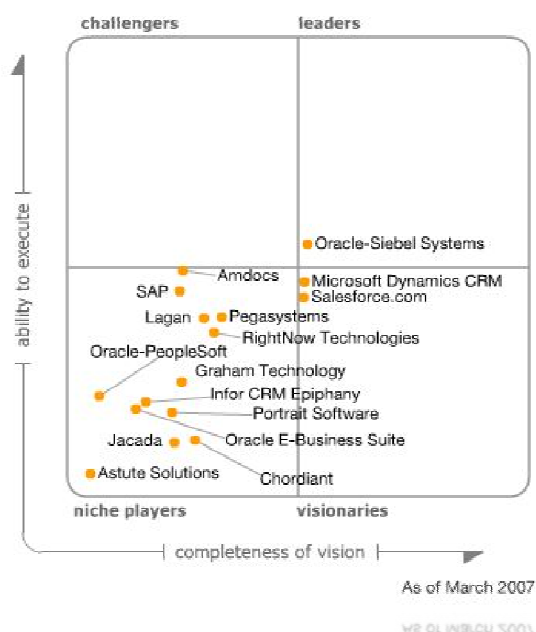
L'errore più comune in cui ci si imbatte quando si parla di Customer Relationship Management è quello di equiparare tale concetto a quello di un [software](#).

Il CRM non è una semplice questione di [marketing](#) né di sistemi informatici, bensì si avvale, in maniera sempre più massiccia, di strumenti informatici o comunque automatizzati, per implementare il management.

Il CRM è un concetto strettamente legato alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura, che pone il cliente al centro dell'attenzione sia nel caso del *business-to-business* sia in quello del *business-to-consumer*.

[materiale tratto [dalla voce CRM su Wikipedia](#)]

Nel corso del 2007 il mercato legato al CRM, anche a livello mondiale, e' assolutamente significativo e in crescita costante, e i maggiori player mondiali hanno coperto la domanda in modo decisamente interessante.



Nel quadro in alto verso destra si può osservare il top della sinergia tra la completezza della vision sul prodotto, e l'abilità del prodotto di competere: Microsoft e' praticamente al secondo posto, con una posizione di assoluto rilievo nello sguardo complessivo.

Metodo e' consapevole di tale dinamica, e nell'offrire i propri servizi in quest'area, ha scelto come piattaforma tecnologica proprio **Microsoft Dynamics CRM 3.0**.

Microsoft Dynamics CRM 3.0



Potente, completo e innovativo

L'economia è oggi in continua evoluzione e richiede alle aziende un controllo continuo di orientamenti, strategie, fornitori e partner, ovvero di ogni variabile e rapporto che possa produrre soddisfazione. La ricerca sempre più accanita di vantaggi competitivi potrebbe portare alla perdita di ottimi clienti senza conoscerne le ragioni. Sei in grado di reagire adeguatamente alle esigenze mutevoli dei clienti e alle mosse della concorrenza o persino di prevederle?

La tua organizzazione può avvalersi di nuovi livelli di informazioni sui clienti con **Microsoft Dynamics CRM versione 3.0**, un sistema di gestione delle relazioni con i clienti (CRM, Customer Relationship Management) assolutamente innovativo che consente ai dipendenti che lavorano a contatto con i clienti di disporre di tutte le informazioni necessarie per fare una buona impressione. Con Microsoft CRM è possibile creare un archivio centralizzato di dati dei clienti completamente compatibile con Microsoft Office e Microsoft Office Outlook, le applicazioni più usate dal personale.

Da Outlook, i dipendenti possono accedere ai moduli di vendita, marketing e servizio clienti di Microsoft CRM per prendere decisioni sulle vendite, commercializzare i prodotti, risolvere i problemi e valutare gli aspetti aziendali strategici.

È il modo di funzionare di Microsoft CRM. Eccellente, perché si adatta al metodo di lavoro degli utenti e dell'azienda, sfruttando al tempo stesso tutte le potenzialità della tecnologia.

Funziona come lavori abitualmente

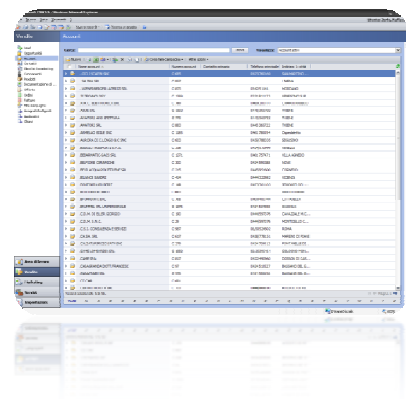
Microsoft CRM non richiede di modificare il tuo modo di lavorare, è semplicemente il modo più facile e veloce di aggiungere funzioni CRM a qualsiasi organizzazione in cui sia in uso Microsoft Office o Outlook. Poiché è stato progettato per essere compatibile con Outlook, Microsoft CRM offre costi di formazione molto bassi, un'ampia diffusione tra gli utenti, una riduzione dei passaggi da un'applicazione all'altra, un aumento della produttività e un ritorno dell'utile sul capitale investito incredibilmente rapido.

Con Microsoft CRM i dipendenti possono accedere direttamente alle informazioni sui clienti mediante Microsoft Outlook o Microsoft Outlook Web Access (OWA). In questo modo, hanno accesso ai dati di cui necessitano al momento opportuno, in ufficio o in viaggio.

[materiale [tratto dal sito Microsoft](#)]

Per altre informazioni tecniche sul prodotto, [rimandiamo alla fonte ufficiale Microsoft](#).

Uno dei tanti punti di forza del prodotto Microsoft, che come Metodo e' giusto far emergere, e che abbiamo riscontrato anche in sede operativa, e' **la sua estrema flessibilita' nell'adattarsi all'ambiente operativo nel quale si inserisce e nel quale viene personalizzato a seconda delle esigenze di business presenti in loco.**



Ma una delle difficoltà maggiori nell'inserirsi in un sistema eterogeneo già esistente non è solo la capacità di adattamento del software da inserire: c'è anche l'annoso problema dell'integrazione dei dati tra i sistemi che si vogliono far dialogare.



Un dilemma complesso.

Metodo ha cercato di porre rimedio anche a questo passaggio chiave nel gestire le problematiche tecnologiche e operative di tutti noi.



Il problema dell'integrazione dati: Metodo CRM Connector

Lo scoglio più grande nell'implementazione di un CRM in azienda è la parte di sincronizzazione dei dati con l'ERP o con altri sistemi (es: Help Desk, server di posta). È impensabile che questa attività venga svolta manualmente. *Bisogna automatizzare questo processo.* D'altro canto, il CRM deve essere lo specchio dell'attività dell'azienda e per questo ha bisogno di personalizzazioni diverse per ogni realtà nel quale viene impiegato. Lo stesso discorso vale per l'ERP o l'Help Desk. Quindi i sistemi da sincronizzare sono cablati e unici e l'unica soluzione presente finora nel mercato era un software scritto ad hoc per ogni azienda.

Metodo fornisce oggi una tecnologia avanzata per la sincronizzazione incrementale di dati fra sistemi eterogenei: **Metodo Connector™**

Metodo ha implementato questa tecnologia per "connettere" il proprio ERP Metodo XP/Evolus e Microsoft Dynamics CRM, il proprio ERP Metodo XP/Evolus con la piattaforma B2B interamente sviluppata dalla stessa casa madre, inoltre per "connettere" il proprio Help Desk basato su Exchange con Microsoft Dynamics CRM.

Caso reale di applicazione

Nel caso specifico di sincronizzazione verso e da il CRM, i dati da gestire sono relativi ai clienti, alle offerte, agli ordini, ai pagamenti ai listini articoli e prodotti e ad altre entità specifiche personalizzate.

Prendiamo ad esempio il problema di mantenere allineata l'anagrafica dei clienti tra l'ERP e il CRM.

Alla prima installazione del CRM, tutti i clienti dell'ERP dovranno essere esportati verso il CRM. Durante la normale attività dell'azienda, i potenziali clienti inseriti nel CRM quando effettueranno il primo ordine dovranno essere esportati verso l'ERP. Sia dall'ERP, sia dal CRM si potranno modificare le informazioni dell'anagrafica. Queste modifiche dovranno essere sincronizzate tra i due sistemi. Lo stesso vale per l'anagrafica cliente di Exchange. Se cambio ad esempio il numero di telefono di un cliente dal CRM, l'informazione deve essere propagata all'ERP e a Exchange.

Se si inizia a scrivere un applicativo che tiene conto di tutti questi casi con tutte le eccezioni dipendenti dalla particolare azienda dove si va a operare, ci si rende subito conto che il risultato sarà un software monolitico non applicabile ad altre realtà. Bisogna cambiare punto di vista. Metodo Connector™ permette di sbrogliare la matassa suddividendo il problema in processi molto semplici. Nell'esempio appena mostrato, la sincronizzazione del cliente si modella in questo modo:

1. *Processo che sincronizza i clienti dall'ERP al CRM:* questo processo deve essere eseguito la prima volta che il CRM è installato, ad ogni inserimento o modifica di un cliente nell'ERP.

2. *Processo che sincronizza i clienti dal CRM all'ERP*: questo processo a fronte di modifiche di un cliente nel CRM riporta i dati nell'ERP. Inoltre si occupa di creare un cliente nell'ERP quando un lead potenziale diventa cliente effettivo.
3. *Processo che sincronizza i contatti di Exchange con il CRM*: questo processo si occupa di mantenere aggiornati i contatti di Exchange con i lead del CRM.
4. *Processo che sincronizza i contatti di Exchange con l'ERP*: questo processo si occupa di mantenere aggiornati i contatti di Exchange con i clienti dell'ERP.
5. *Processo che sincronizza i lead del CRM con i contatti di Exchange*: questo processo si occupa di mantenere aggiornati i lead del CRM con i contatti di Exchange.
6. *Processo che sincronizza i clienti dell'ERP con i contatti di Exchange*: questo processo si occupa di mantenere aggiornati i clienti dell'ERP con i contatti di Exchange.

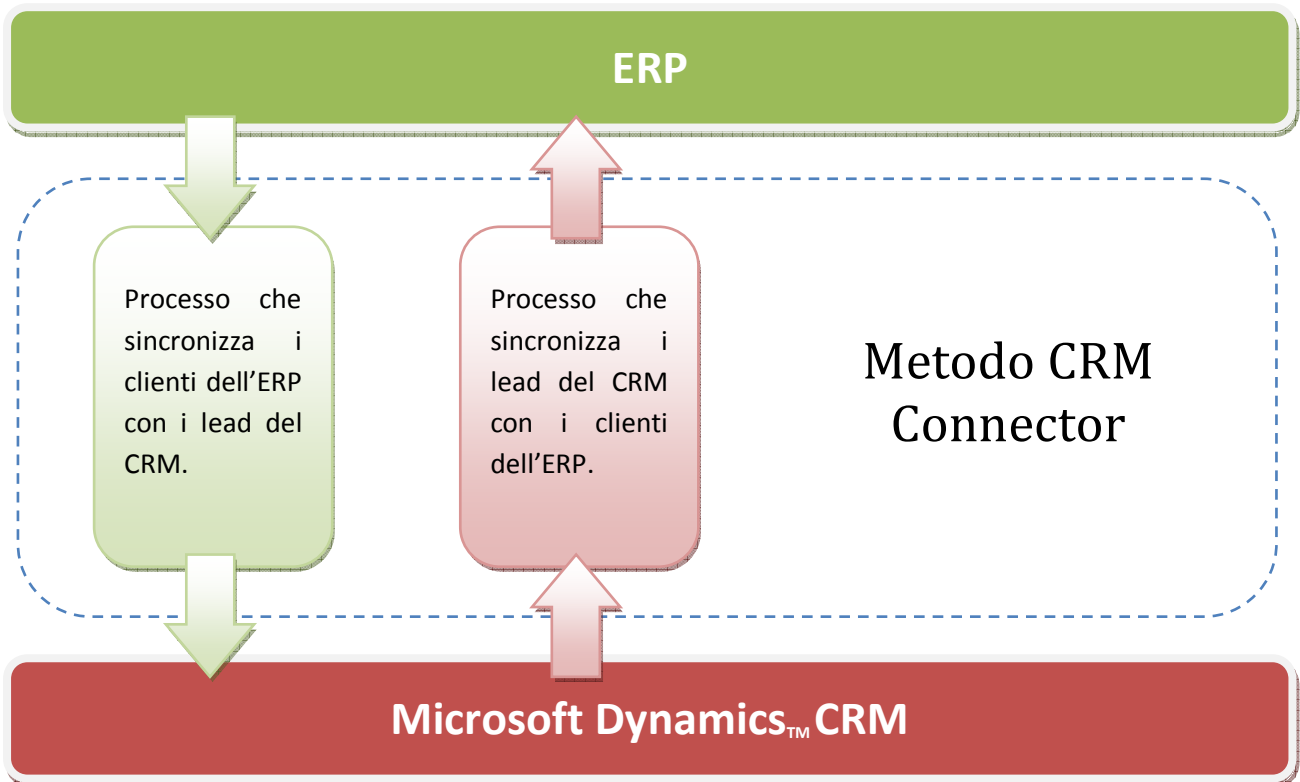
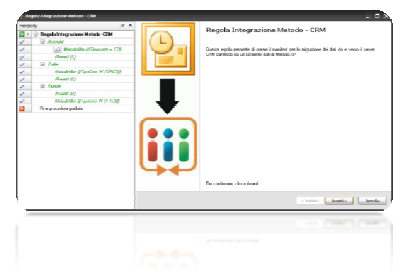


Figura 1 - Esempio di suddivisione in processi della sincronizzazione dei clienti nel CRM Connector

In ogni istante è possibile:

- personalizzare il comportamento della sincronizzazione incrementale dei dati
- modificare quali dati esportare e tenere sincronizzati fra i due sistemi riguardanti entità già presenti nella logica di sincronizzazione
- aggiungere nuove entità da esportare e relazionarle a quelle esistenti.

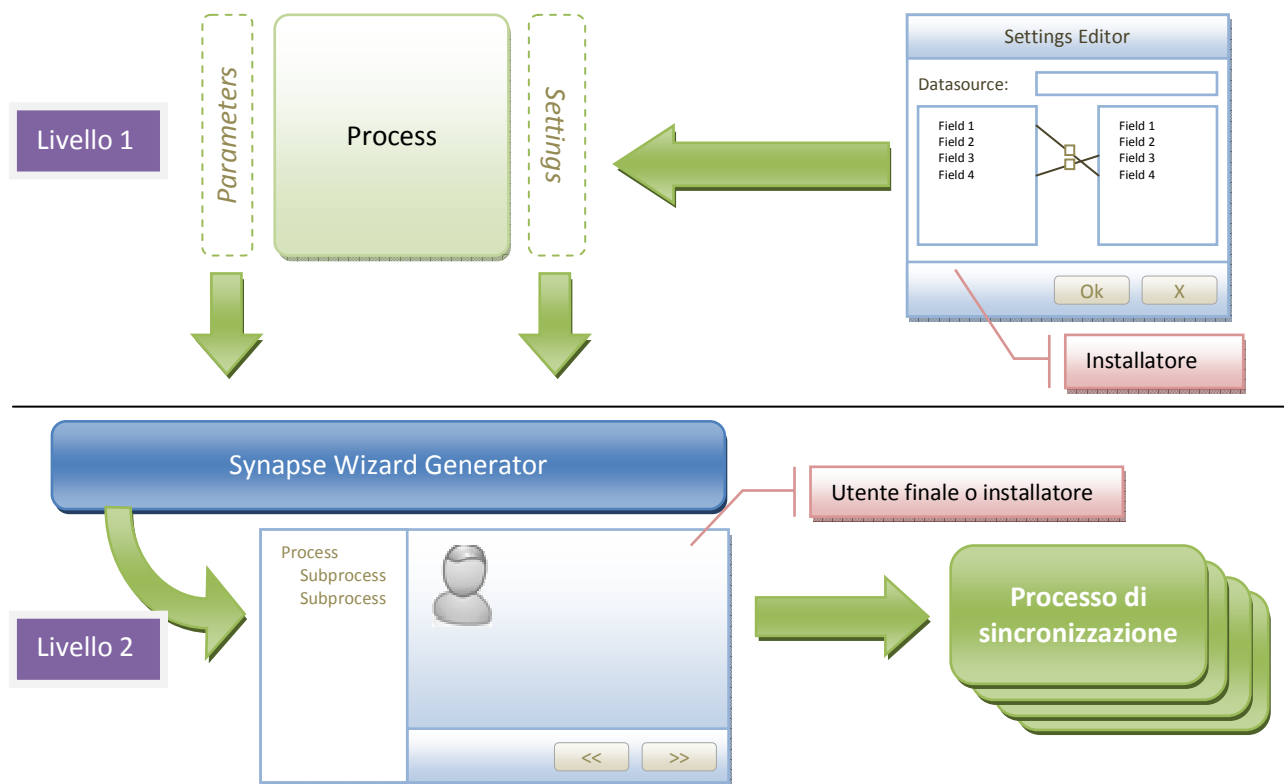
Tutte queste operazioni sono possibili attraverso un Designer il quale, attraverso giusti accorgimenti, produrrà un Wizard dove l'utente finale potrà decidere quali entità (tabelle) esportare e quali dati esportare o meglio, tenere sincronizzati.



Attualmente in commercio vi sono diverse soluzioni che importano dati verso il CRM, **Metodo CRM Connector non importa semplicemente una tantum i dati ma tiene sincronizzato questi in maniera incrementale. Va detto inoltre che la sincronizzazione può avvenire in modalità batch o in real time.**

E' inoltre possibile ad ogni sincronizzazione inviare una mail all'amministratore di sistema con il report della sincronizzazione oppure inviare delle notifiche riguardanti l'inserimento di particolari dati all'interno del CRM, tutto questo grazie al motore di notifica di eventi su cui è basato Metodo Connector.

Operativamente un processo di sincronizzazione avviene su due livelli, fondamentalmente ben distinti:



1. Come devono essere esportati i dati? A questa domanda risponde il primo livello di parametrizzazione. Attraverso un editor molto intuitivo si possono definire quali campi esportare e come devono essere mappati nei campi di destinazione, si possono inoltre definire tutte le informazioni per estrarre e depositare le entità, le fonti dati, i parametri di connessione, ecc... Quando si vuole portare la soluzione presso una azienda, l'installatore dovrà configurare i processi basandosi sulle specifiche richieste. **Abbiamo trasformato un'attività di programmazione in un'attività di configurazione con ovvi risparmi di tempo e di potenziali errori.**
2. Quali sono i dati da esportare? Il motore del Connector prepara sulla base delle impostazioni selezionate al primo livello una procedura guidata che può essere utilizzata dall'utente finale anche in corso di sincronizzazione. **La scelta di quali dati da esportare è presa dopo lo sviluppo dell'applicazione e non prima, evitando di fossilizzare le logiche all'interno del software.** In qualsiasi momento si può decidere ad esempio che alcuni clienti dell'ERP vanno esportati con certe informazioni (e quindi attraverso un processo specifico) e altri, invece, con informazioni diverse con un altro un altro processo).

Perché scegliere Metodo CRM Connector

L'impiego di Metodo CRM Connector permette quindi di:

- gestire le più disparate realtà, con un risparmio del costo dovuto allo sviluppo di un sincronizzatore ad hoc per ogni installazione
- manutenzione degli impianti drasticamente semplificata, visto che la comune attività di programmazione è trasformata in gran parte in attività di configurazione.
- creare un prodotto distribuibile.