

# CRM e Lead Generation



Due eventi dedicati  
a chi cerca il meglio  
per la **CRESCITA**  
della **PROPRIA IMPRESA**

## Contenuti

L'attuale congiuntura economica richiede alle imprese di adeguare i propri processi di business molto rapidamente per essere più vicini al cliente, sfruttando le nuove logiche del web 2.0 e della multicanalità. Se da un lato è fondamentale mantenere e migliorare le relazioni esistenti con i clienti, dall'altro è sempre più necessario strutturare e migliorare la "pro-attività" rivolta al mercato e ai prospect. Solo così si riuscirà ad aumentare le proprie quote di mercato e a superare la crisi.

I processi di Marketing e Sales stanno subendo attualmente forti pressioni per mantenere i budget previsti e aumentare le opportunità di business.

Per questo è fondamentale pensare a una soluzione completa che offra, oltre a una soluzione tecnologica flessibile e integrabile, anche il giusto carburante per sostenere e accelerare il proprio business.

Una soluzione altamente innovativa che integra completamente gli elementi chiave per la gestione della relazione con i clienti attuali e futuri. Durante il convegno verranno proposte soluzioni tecnologiche che affiancano soluzioni di Lead Generation e Database Marketing. Le piattaforme CRM di SISECO comprendono le seguenti aree: Sales, Marketing, Customer Care e Sales Force Automation, IP Contact Center.

**27 Maggio**  
**MILANO**

Centro Direzionale Sempione  
San Vittore Olona (MI) SS Sempione 270

**10 Giugno**  
**ROMA**

c/o UPLEVEL ROMA Piazzale Flaminio 9

due eventi

**SISECO**

partecipazione **GRATUITA**

Per iscriversi direttamente  
all'evento di Milano o all'evento di Roma  
**CLICCA QUI**

# CRM e Lead Generation

## Programma MILANO 27 Maggio 2009

9.30 Registrazione partecipanti e Welcome Coffee

10.00 Benvenuto e apertura lavori

### 10.15 Le opportunità della **Multicanalità**

Oggi il Cliente desidera e si aspetta servizi e comunicazioni sempre più rapidi e spesso erogati attraverso modalità e percorsi di fruizione semplici, ma personalizzati secondo le proprie esigenze, salvaguardando i principi fondamentali di sicurezza e privacy. Un sistema di multicanalità integrata risponde da un lato a questa esigenza, dall'altra consente all'Azienda di raccogliere innumerevoli e preziose informazioni, arricchendo e approfondendo così il proprio patrimonio di conoscenza del mercato e del Cliente stesso.

*Mario Massone, Fondatore CMMC – Amministratore Markab*

### 10.45 **CRM: la nuova strategia**

Raggiungere i propri obiettivi di business significa adottare nuove strategie aziendali, non solo tecnologiche, ma soprattutto relazionali verso i Clienti. Questo percorso può permettere di raggiungere contemporaneamente risultati di soddisfazione del Cliente, contenimento di costi e aumento di produttività. Lo strumento? Il rinnovamento della cultura aziendale, la formazione e la condivisione in linea trasversale all'interno dell'azienda.

*Andrea Albanese, CRM Expertise Center Manager – Altran Italia*

11.15 Coffee Break

### 11.30 I componenti chiave di un sistema di **Lead Generation**

È sempre più importante dare una definizione unitaria e precisa di LEAD, comune tra vendite e marketing.

È altrettanto importante identificare chiaramente il proprio target di riferimento, qualificare e gestire al meglio i nuovi potenziali clienti, attraverso una strategia aziendale pragmatica, un'adeguata segmentazione del mercato, strumenti innovativi e un database di qualità.

*Emilio Aspesi, CRM Business Consultant – Siseco*

### 12.00 **b.com CRM, anche uno specifico sistema di WEB TO LEAD personalizzabile.**

Un buon sistema di CRM oltre a gestire le attività di fidelizzazione e assistenza clienti deve infatti aumentare i tassi di conversione dei LEAD, riducendone il costo unitario, evitando doppioni e anagrafiche incomplete.

Fondamentale costruire campagne mirate su dati aggiornati e completi per poi saperli gestire rapidamente, anche su larga scala, con la sicurezza di avere sempre una visione di insieme sulle attività in corso e i feed back finali.

*Roberto Lorenzetti, Development Manager – Siseco*

13.00 Business Lunch

## Programma ROMA 10 Giugno 2009

9.30 Registrazione partecipanti e Welcome Coffee

10.00 Benvenuto e apertura lavori

### 10.15 **Innovazione nei sistemi di front-end aziendali**

Come cambiano ed evolvono gli strumenti di relazione azienda-cliente e le modalità di consumo di beni e servizi, verso un sistema di multicanalità integrata, per un vantaggio comune.

*Mauro Croci, CRM Business Consultant – Siseco*

### 10.45 I componenti chiave di un sistema di **Lead Generation**

È sempre più importante dare una definizione unitaria e precisa di LEAD comune tra vendite e marketing.

Altrettanto importante identificare chiaramente il proprio target di riferimento, qualificare e gestire al meglio i nuovi potenziali clienti, attraverso una strategia aziendale pragmatica, un'adeguata segmentazione del mercato, strumenti innovativi e un database di qualità.

*Sergio Grillo, Data Communication Manager – Guida Monaci*

11.15 Coffee Break

### 11.45 **b.com CRM anche come specifico sistema di WEB TO LEAD personalizzabile.**

Un buon sistema di CRM oltre a gestire le attività di fidelizzazione e assistenza clienti deve infatti aumentare i tassi di conversione dei LEAD, riducendone il costo unitario, evitando doppioni e anagrafiche incomplete.

Fondamentale costruire campagne mirate su dati aggiornati e completi per poi saperli gestire rapidamente, anche su larga scala, con la sicurezza di avere sempre una visione di insieme sulle attività in corso e i feed back finali.

*Roberto Lorenzetti, Development Manager – Siseco*

13.00 Business Lunch

Due eventi dedicati  
a chi cerca il meglio  
per la **CRESCITA**  
della **PROPRIA IMPRESA**



Ciascun evento può essere eventualmente replicabile nella sessione pomeridiana.

Per ulteriori informazioni: SEGRETERIA EVENTI - Elisabetta Oldrini - marketing@siseco.it - Tel. 0331 935156

Per iscriversi direttamente all'evento di Milano o all'evento di Roma **CLICCA QUI**