

Convegno “La fisica delle vendite” - 18 novembre 2009 Milano

Tecnologia, processi e persone: così l'azienda 2.0 vince la crisi

«Occorrono sistemi informatizzati, risposte veloci e soluzioni su misura per il cliente. Tecnologia, processi e persone sono i fattori necessari alle aziende per affrontare la nuova era 2.0. Se ben utilizzati possono rappresentare le chiavi per la ripresa e il rilancio aziendale» parola di Roberto Lorenzetti, amministratore delegato di Siseco, azienda leader in soluzione It organizzatrice del convegno “La fisica della vendite”, che si è svolto oggi, mercoledì 18 novembre in via Monterosa a Milano, con lo scopo di **fare il punto sulle novità nella gestione aziendale**. L'iniziativa ha riscosso un ottimo successo: oltre 150 gli intervenuti nelle due sessioni, mattutina e pomeridiana, tra cui rappresentanti di Telecom Italia, Il Sole 24 ore ed Esa Software, oltre a numerose piccole medie imprese. Tra i relatori spiccavano nomi importanti come Accenture e Ernesto Preatoni Real Estate International.

La **tecnologia** è alla base del business: «È necessario avere come base una piattaforma CRM (Customer relationship management) per la gestione dei clienti che sia affidabile, flessibile e facile da usare. Bisogna condividere con tutti i settori dell'azienda l'accesso alle informazioni del cliente, perché ogni cliente si aspetta di essere l'unico». Tuttavia la tecnologia da sola non basta: deve supportare, non condizionare i processi aziendali.

Negli ultimi tempi le aziende, complice anche la crisi e la forte evoluzione competitiva, sono state costrette a ripensare i **processi**. «Non ci si può più permettere di aspettare che arrivino i clienti ed è importante conservare i contatti già esistenti – prosegue Lorenzetti -. Il cliente è sempre più al centro: è più esigente, vuole comunicazioni veloci e personalizzate. Più si riesce a farlo sentire unico e coccolato, rispettando la sua sicurezza e privacy, più si fidelizza. Per riuscirci bisogna mettersi nei panni di chi acquista e semplificare al massimo la vita: ogni volta in cui il processo richiede un chiarimento, il cliente penserà a come risolvere diversamente la sua esigenza».

Nell'era 2.0 il **fattore umano** è sempre più importante. «I nuovi strumenti consentono un flusso sempre più consistente di informazione, che è importante saper gestire per non essere travolti – aggiunge l'Ad di Siseco -. E-mail, fax, web, sms, call center, chat, IM, social network sono diventati compagni quotidiani di lavoro. Le risposte devono essere veloci e complete e consentono all'azienda di raccogliere informazioni sul cliente». La multicanalità dunque è sempre più importante: bisogna avere molti canali immediati e sicuri e quanto più sono innovativi, quanto più si amplifica l'interazione tra cliente e azienda. «Molto è cambiato negli ultimi anni: adesso si vuole sapere tutto e subito, e il primo modo per farlo è passare da Google per avere notizie su cliente, fornitore o prodotto. Spesso dai risultati che emergono si decide il da farsi. Bisogna organizzare il flusso delle informazioni sia interne sia esterne, utilizzando le nuove tecnologie: questo è un anello fondamentale e imprescindibile dei processi di vendita».

Per gestire tutto questo occorrono mezzi adeguati. «In Siseco abbiamo messo a punto il **sales engine**, il motore delle vendite – spiega Lorenzetti -. È il cuore di tutta l'attività: **grazie alla logica del CRM si raccolgono i dati, le esigenze e le interazioni avute con clienti e prospect**. Questo consente di offrire a tutti all'interno dell'azienda una visione completa e integrale. Si tratta di un modello organizzativo che va oltre il CRM 2.0, in quanto lo integra con processi di vendita personalizzati, marketing e recruiting, che possono essere attivati internamente o in modalità on demand. In questo modo si risolve ogni problematica per lo start up rapido di progetti di vendita anche molto complessi. Il sales engine si può integrare infatti con processi di acquisition and retention della clientela, di loyalty per ottimizzare la fiducia, di marketing e vendita e strumenti di web lead generation e telex management, semplici funzionalità mirate alla generazione di appuntamenti per le forze vendite e attività di promozione verso il cliente finale».

*Info: Ufficio stampa Siseco: Eo Ipso
Silvia Perfetti - 346/9488777 sperfetti@eopiso.it*