

Convegno



“Il CRM per la ripresa”

Milano - 19 Gennaio 2002



Convegno

“Il CRM per la ripresa”



sabato 19 gennaio – Milano - Fiera Milano

- ore 11,00 - Il CRM è un opportunità?

Mario Massone, (CMMC)

- ore 11,20 - Scenari dell'offerta Crm

Nazzareno Gorni, (Markab)

- ore 11,40 - Outsourcing di Crm

Marco Crola, (Teleclient – Fiat)

- ore 12,00 - Crm per le PMI

Fulvio Simonetta, (Prisma - Opera Multimedia)

ore 12,20 - Case history

Flavia Costi, (We@service - Gruppo BPM)

- ore 12,40 - Dibattito e conclusioni.



Convegno
“Il CRM per la ripresa”

Il CRM è un'opportunità ?

Mario Massone
Fondatore CMMC - Amministratore Markab



Milano
19 Gennaio 2002



Chi è CMMC

Customer Management Multimedia Callcenter

CMMC, attivo dal 1997, raggruppa circa 150 società con contact center in Italia ed ha i seguenti scopi:

- ***a) Favorire lo sviluppo delle strategie e dei servizi Crm in Italia,***
- ***b) Agevolare il confronto e lo scambio di idee ed esperienze tra aziende ed enti di settori diversi, ma con la strategia Crm in comune,***
 - ***svolgendo studi di mercato e benchmarking,***
 - ***organizzando meeting, convegni e workshop.***
- ***c) Promuovere la crescita professionale e la formazione degli addetti al settore Crm.***
- ***d) Promuovere la diffusione di ogni tipo di normativa, criterio o accordo - ad esempio le guide ai Service Level Agreement - volti a favorire la crescita del valore dei servizi di Crm.***



www.club-cmmc.it



Il gioco delle... "c"

1) Le 4 "C" nella Relazione con il Mercato

- **C**onoscere il **C**liente
- **C**orrelarsi con il **C**liente
- **C**onservare il **C**liente
- **C**onquistare il Nuovo **C**liente

Il significato della "C" in CRM

C come Clienti

C come Cittadini

C come Collaboratori



"Multi-Function CRM Software: How Good Is It?"

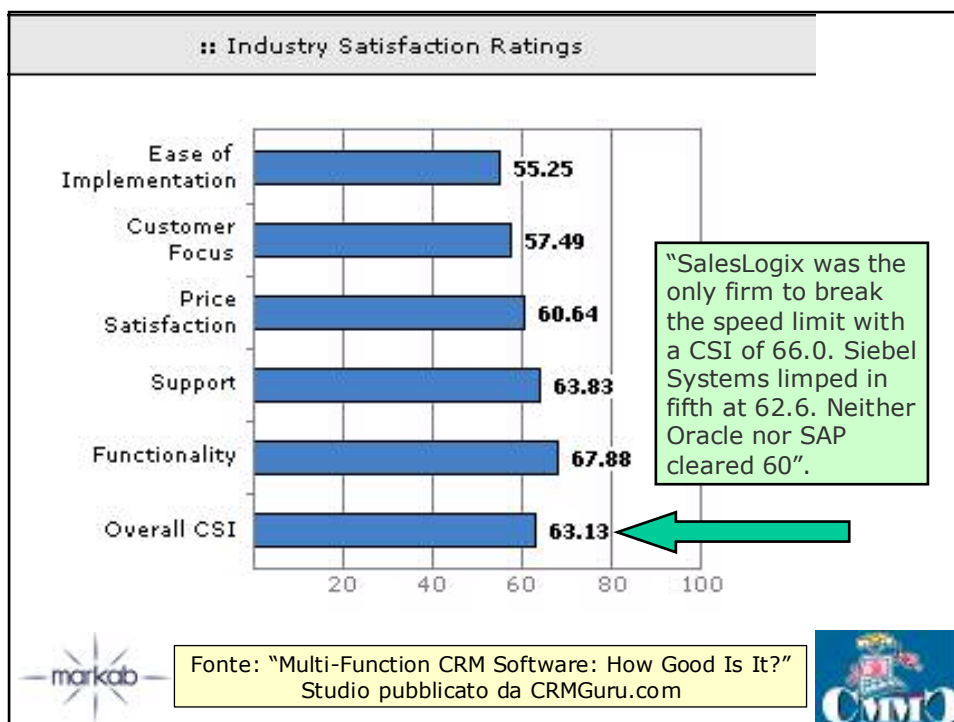
Studio pubblicato da CRMGuru.com - ottobre 2001

Società analizzate dallo studio:

- **GoldMine**
 - **Onyx**
 - **Oracle**
- **PeopleSoft**
 - **Pivotal**
 - **SAP**
- **SalesLogix**
- **Siebel Systems**

over 2,200
software profiles
from individuals
who have used
or evaluated
CRM software





alcuni commenti di CRMGuru.com

- "I was expecting scores maybe in the 70s, which is the 'you better do something about this right away because you're going to start bleeding customers' range," says Dick Lee, principal of St. Paul-based High-Yield Marketing and one of the study's sponsors, "but scores were in the 60s and 50s."
- "I am surprised," says Bob Thompson, President of Front Line Solutions and one of the study's sponsors, "that in the CRM industry, which promotes 'customer at the center of our business' slogans, the industry's own customer focus was rated so poorly. It's disturbing. That should be a strength, that should have scored a 90."
- "we see scores in mid-80s to low 90s for the overall Customer Satisfaction Index." Even telecom providers and utilities rarely score as low as CRM vendors, although "airlines tend to get in the area of CRM scores."

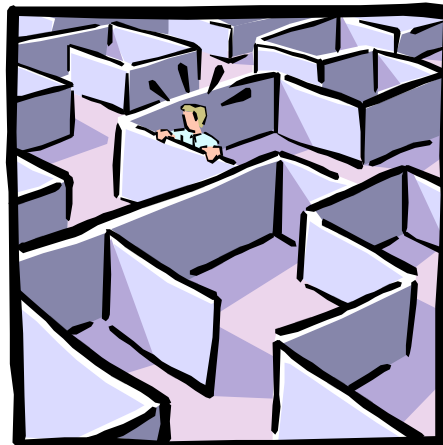


Fonte: "Multi-Function CRM Software: How Good Is It?"
Studio pubblicato da CRMGuru.com

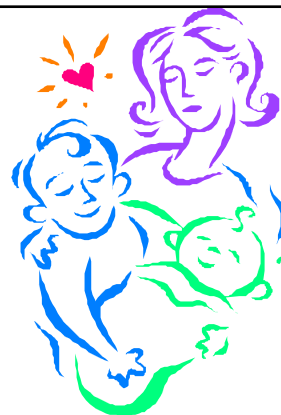


COMUNICAZIONE e RELAZIONE

*Cosa
chiede il
Cliente?*



- *Essere ascoltato*
- *Servizio affidabile*
- *Informazioni corrette*
- *No passaggi tra diversi addetti*
- *Competenza*
- *Capacità di assistenza*
- *Suggerimenti*
- *Servizio costante*
- *Cortesia*
- *Azione*
- *.....*



Quando un nuovo Crm è realmente orientato al cliente ?

- quando il nuovo sistema è semplice da usare
- quando il cliente ottiene dei reali vantaggi
- quando si incentivano e formano i clienti ad usarlo
- quando il nuovo servizio si distingue sui competitori
- quando il servizio è allineato alle attese del mercato target
-
- quando l'AD è soddisfatto !!

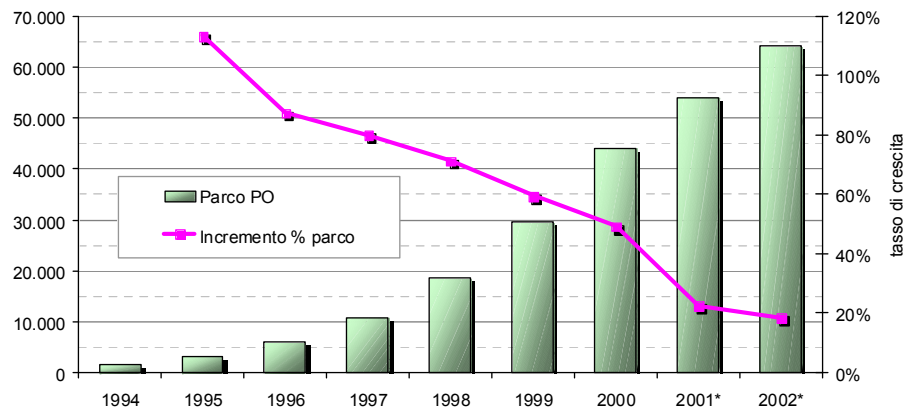


Il ruolo del Contact Center

Il Cliente e il suo sistema di relazione e acquisto



Parco Postazioni Operatore Contact Center in Italia

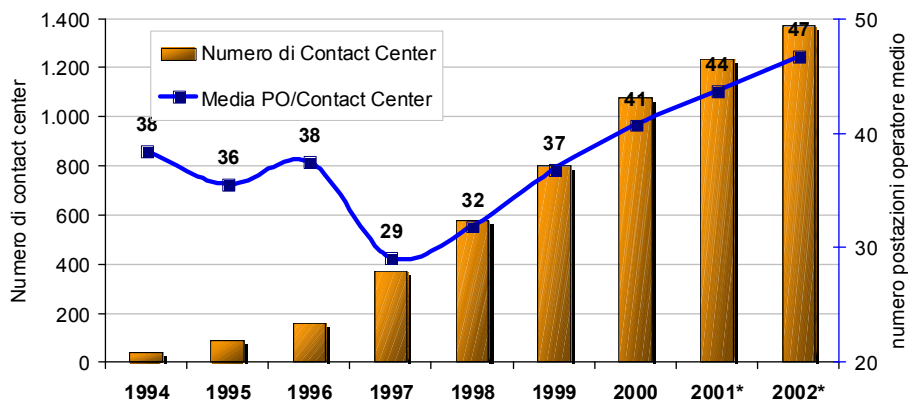


Fonte: Coordinamento CmmC

* previsioni



I contact center in Italia



valori alla fine di ciascun anno

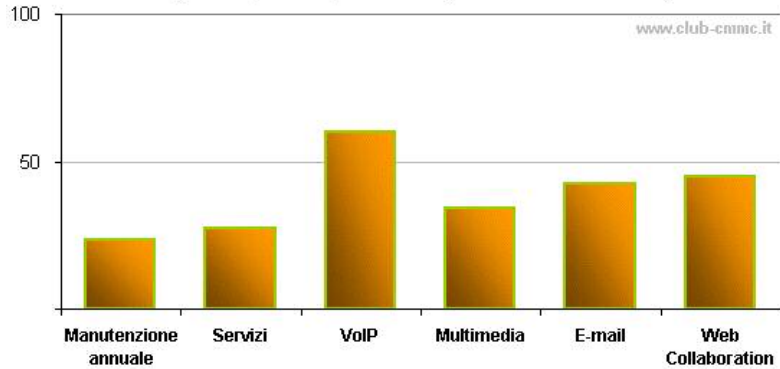
* previsioni



Fonte: CMMC

Da Call Center e Web Call Center

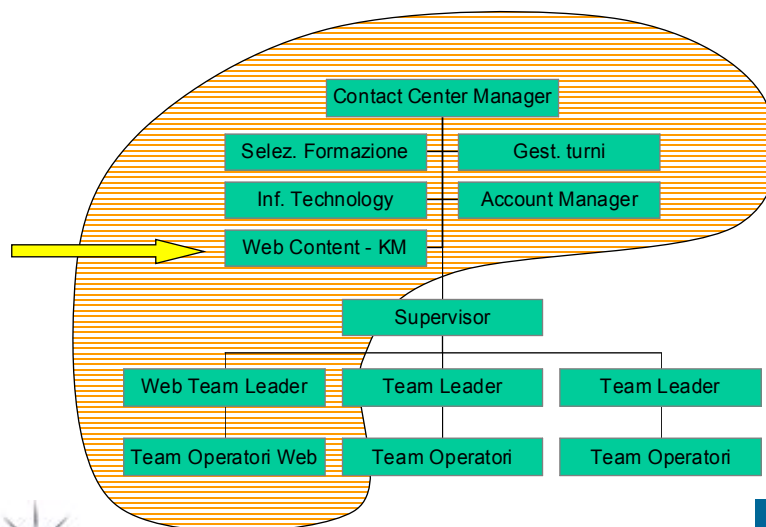
Ripartizione Costi Componenti Web Call Center
(media per 50 postazioni, dati in milioni di lire)



Nel caso in cui si disponesse di una infrastruttura di base al quale sia possibile aggiungere i moduli di web call center, il costo medio per postazione, in una configurazione di 50 postazioni, è di circa 4 milioni di lire per postazione.



Organigramma tipo di un WebCC



Divisione per skill o per canale



*Markab svolge consulenze
(organizzazione, marketing e comunicazioni)
collaborando con i Clienti nella definizione e
attuazione di programmi di sviluppo
collegati all'introduzione di nuove soluzioni
interattive e multimediali.*

Markab opera principalmente in due aree:

- **"CONTACT CENTER - CRM"**
- **"MOBILE COMMUNICATION"**

Markab Via San Vittore 6 20123 Milano
tel: 0272021195 fax: 02875234 e-mail: info@markab.it



www.markab.it

www.club-cmmc.it

