

Soluzione ASP per la gestione di marketing & sales



e-CRM: La Gestione di M&V sul WEB

La Customer Relationship Management è la strategia aziendale innovativa, finalizzata a ridurre i costi di gestione centrando l'attenzione sul cliente.

Rilevare le attività aziendali (ed i relativi costi) e i dati di contatto con i clienti (prospect ed acquisiti) rappresentano il reale patrimonio informativo dell'azienda: avere sempre a disposizione informazioni consultabili ed analizzabili in tempo reale, significa avere una base decisionale realistica ed aggiornata, che rappresenta la vera forza dell'impresa moderna.

Oggi l'impresa per mantenere i traguardi raggiunti deve fidelizzare il proprio parco clienti difendendolo dalla concorrenza: per fare ciò deve capirne le esigenze, soddisfarne i

- Database contatti (prospect)
- Collaborative CRM
- Rilevazione delle attività sui clienti di marketing & Vendite
- Gestione Offerte
- Gestione Gerarchie e diritti
- Integrabilità con i dati del ERP/gestionale per la condivisione delle informazioni sui clienti acquisiti

bisogni e le aspettative, e prevederne i comportamenti; l'aumento della fidelizzazione del cliente, di fatto, è il più potente strumento di profitto

Customer Relationship Management, quindi, come strategia competitiva e di successo che nasce dall'evoluzione del mercato, e si evolve come elemento di distinzione.

La Creazione Continua...



L'innovazione del CRM

per il marketing On Line!

CRM.net eMarketing è la soluzione DATALOG per una gestione facile, veloce e completa delle campagne e delle attività di marketing & vendite sui clienti prospect ed acquisiti dell'azienda. Grazie alla tecnologia ASP, l'applicativo può essere condiviso via internet, abbattendo così qualsiasi barriera spazio-temporale ed eliminando, di fatto, gli ostacoli che impediscono oggi di monitorare e verificare risultati ed efficacia della forza vendite, nonché delle campagne, per l'impossibilità di rilevare i dati di contatto.

I dati rilevati e gestiti in CRM.net eMarketing hanno un'enorme importanza strategica per l'impresa. Conoscere quanti contatti, a seguito di un evento o una campagna, sono stati rilevati e quanti di questi hanno avuto un seguito, permettono all'azienda di decidere, basandosi sugli esiti reali, se l'investimento effettuato è stato giustificato e se il risultato si è rilevato all'altezza delle aspettative. Allo stesso modo, conoscere a fondo il cliente già acquisito permette di impostare delle azioni mirate (*one to one*) dove il tempo investito ha maggiori probabilità di condurre a esiti positivi, e quindi a maggiori profitti. Solo un'analisi strutturata dei dati permette all'azienda di definire, con una precisione sempre maggiore, le azioni successive, budgettizzandole e pianificandole in modo preciso.

Per poter avere dei dati concreti sui quali basare le proprie decisioni, fondamentale importanza assume il processo di rilevazione dei dati: agenti, venditori, marketing manager, sales manager, operatori di telemarketing, e chiunque si relaziona con il contatto potenziale deve poter inserire i dettagli dell'attività svolta con facilità. In CRM.net eMarketing è stata data la massima importanza a questo aspetto: infatti, la tecnologia ASP permette l'utilizzo dell'applicativo sia nella rete locale (LAN) che su web (INTERNET) abbattendo, di fatto, limitazioni quali: dislocazione geografica dell'operatore (si pensi all'agente, mai in sede), velocità di elaborazione, facilità, portabilità (visualizzabile da qualsiasi PC). Quest'ultimo aspetto, in particolare, ha un'importanza enorme sull'organizzazione aziendale: l'applicativo non deve essere installato sul singolo PC, ma solamente sul server della sede; in questo modo, qualsiasi computer collegato ad internet o direttamente alla rete aziendale può utilizzare (con i dovuti controlli e restrizioni sugli accessi) il programma CRM.net eMarketing. I dati caricati in CRM.net eMarketing diventano così un'agenda on line per il venditore ed uno strumento di controllo per l'azienda, che elabora analisi e statistiche in tempo reale, senza le usuali perdite di tempo (o di denaro...) per l'elaborazione di statistiche manuali, che andranno puntualmente perse non appena chiusa la campagna. I dati raccolti in CRM.net eMarketing possono, inoltre, entrare a far parte di un'analisi molto più ampia e strategica: nell'ottica della nuova filosofia CRM, dove l'unicità e la personalizzazione del rapporto con il cliente rappresentano le nuove metriche con le quali si misura l'efficienza e il valore dell'azienda, la rilevazione dei dati di contatto rappresenta il vero patrimonio informativo aziendale.

NUOVA VISIONE DEL CLIENTE:

il cliente e le sue esigenze sono il centro dell'attenzione aziendale: per misurare la corretta gestione del rapporto con il cliente, l'azienda deve misurare l'effettiva soddisfazione nel tempo.

NUOVA VISIONE DEL PROFITTO:

L'azienda moderna, per essere competitiva, indirizza la sua attenzione alla progettazione di strategie di espansione (conquista di nuovi clienti e mercati) ed allo studio di strategie di consolidamento (mantenimento dei risultati ottenuti, della quota di mercato e del parco acquisito).

La creazione di relazioni solide e durature con il cliente, basate sulla sua fidelizzazione e soddisfazione, sono il maggiore punto di forza dell'azienda: conoscere il cliente per offrirgli soluzioni su misura, capire il suo comportamento di acquisto e la sua predisposizione alla crescita per organizzare operazioni vincenti.

L'indiscussa importanza di poter confrontare, alla fine dell'anno o in qualsiasi momento, quanto è stato realmente fatturato ad un cliente (dato estrapolabile dal sistema ERP/gestionale) e quante attività sono state intraprese sullo stesso, con i relativi costi: la valutazione del cliente visto nella sua profittabilità per l'azienda è, di fatto, lo strumento di analisi più potente sul quale basare decisioni e politiche aziendali.

L'innovazione in azienda!

CRM.net eMarketing permette di ridurre gradualmente i costi di gestione delle attività di marketing, e di introdurre in azienda uno strumento facile e veloce di rilevazione e controllo di dati e attività sul cliente.

CRM.net eMarketing è un potente strumento di organizzazione e strategia a 360 gradi, che consente all'azienda di incrementare la propria competitività grazie all'introduzione delle più innovative e moderne filosofie di CRM: rilevare, nel modo opportuno e personalizzato, i dati di contatto e i momenti di relazione con il cliente è l'unico modo per ottenere una reale conoscenza del proprio interlocutore e, quindi, per costruire rapporti commerciali duraturi. La particolare elasticità di CRM.net eMarketing e la tecnologia ASP, che lo differenziano dai soliti programmi di gestione eventi e campagne, rappresentano le basi sulle quali sfruttare al massimo le potenzialità di questo strumento, aprendo la strada vero la creazione del rapporto personalizzato e profittevole **azienda - cliente**.

CRM.net eMarketing è un prodotto di nuova generazione di uso particolarmente semplice per l'utente: la cura e l'attenzione al mantenimento di un elevato livello qualitativo durante lo sviluppo dell'applicativo hanno permesso la realizzazione di un prodotto che unisce i più moderni sistemi di gestione dei dati con le reali esigenze dell'utilizzatore: **semplicità, completezza, velocità**, e, caratteristica unica delle soluzioni Datalog, **elasticità**. Nell'azienda moderna orientata al cliente come strategia di creazione del valore, CRM.net eMarketing rappresenta lo strumento multifunzionale immancabile in una realtà organizzata, che vuole introdurre, velocemente e con facilità, il CRM nella propria gestione.

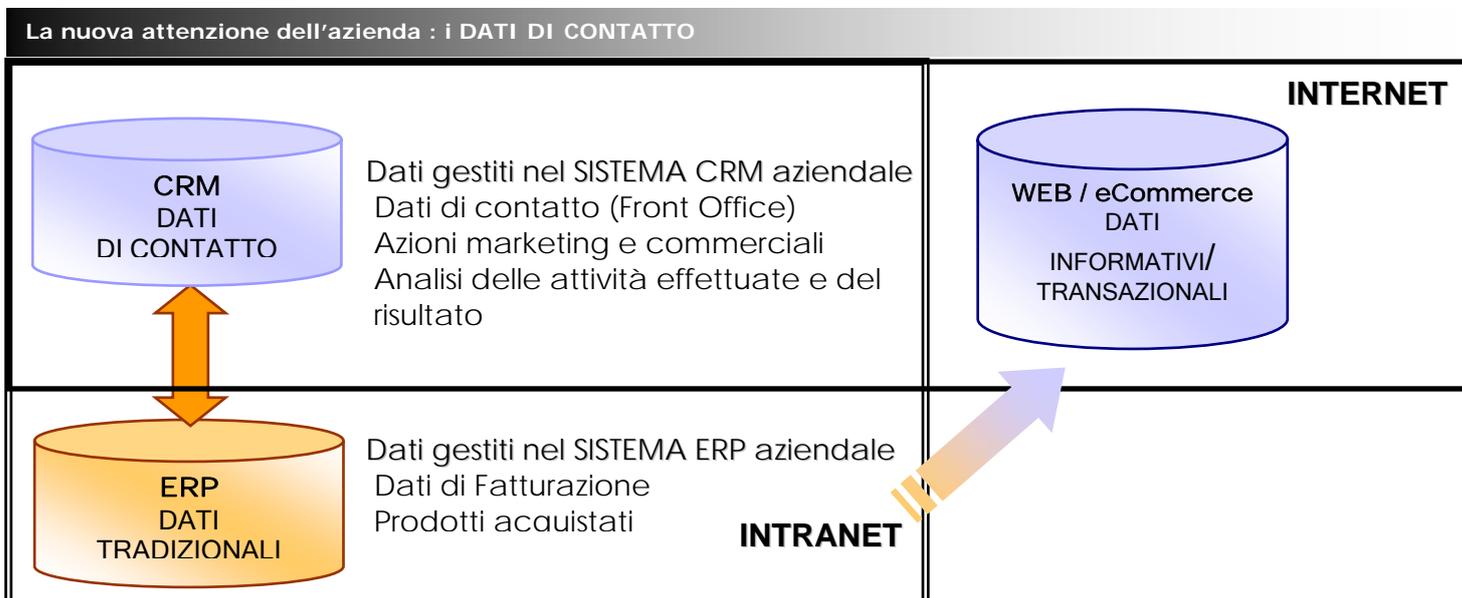
Dalla tradizionale concezione del marketing di massa, la comunicazione si evolve verso un **Marketing di Relazione**: l'azienda crea valore instaurando una migliore relazione con il cliente.

Oggi i bisogni del cliente, le sue esigenze e le sue aspettative diventano l'indiscusso oggetto dell'offerta: non prodotti ma sempre più servizi di **Valore**

La nuova gestione dei dati in azienda!

CRM.net eMarketing si integra nel sistema aziendale, completando ed implementando il patrimonio informativo aziendale di tutte quelle informazioni sulle attività e sul cliente. CRM.net rappresenta:

- Uno strumento di rilevazione/analisi dell'attività di propaganda/eventi (Marketing)
- Uno strumento di rilevazione/analisi dell'attività di Vendita (offerte, incontri, ...)
- Uno strumento di rilevazione/analisi dell'attività di supporto alla vendita (Contact center, ecc... - Collaborative CRM)



Gestione Completa dei Contatti

Il Modulo CRM.net eMarketing consente una gestione completa dei contatti e delle attività di Marketing & Vendite dell'azienda, dalla nascita del contatto, alla sua acquisizione e alle azioni successive, una volta che il contatto diventa acquisito.

Le attività del Marketing: la nascita del contatto

L'azienda può acquisire nominativi di clienti potenziali, sui quali effettuare delle azioni, da varie fonti: telefono, fiere, eventi, telemarketing, mailing, ecc... le origini di un contatto sono molteplici, e differenti da azienda ad azienda. CRM.net eMarketing permette dapprima di codificare le diverse origini del contatto, in maniera personalizzata in un apposita tabella, e quindi di specificare, sulla **Scheda Contatto** (oltre agli usuali dati anagrafici) origine, data di acquisizione, persona del front office che ha rilevato il primo contatto, e **Stato** iniziale.

La Scheda Contatto

Amministratore Marketing - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indirizzo http://127.0.0.1/marketing/default.asp

GESTIONE CONTATTI MARKETING [Logout](#)

Attività: [Nuova scheda](#) - [Anagrafica](#) - [Offerta](#) - [Statistiche](#) - [Planning](#)

Protocollo

* **Data contatto** 01/12/2002

* **Chi ha preso il contatto**

Assegnazione

Stato Potenziale

Ragione sociale Contatto prospect

* **Origine contatto** Mailing

Categoria contatto Az. telemarketing 2001

Data assegnazione EVENTO SIRMI

Origini contatto impostabili dall'utente!

Mailing

Micr. Mag.

Mit2000

N° Verde

PCDeal

PCwor

Res. news

SAPFOR00

Nominativo Contatto 1 **Ruolo 1** **Telefono 1**

Nominativo Contatto 2 **Ruolo 2** **Telefono 2**

Nominativo Contatto 3 **Ruolo 3** **Telefono 3**

* **Indirizzo** **Cap**

* **Città** **Provincia**

Regione

Fax

Indirizzo 2 **Cap 2**

Città 2 **Provincia 2**

Regione 2

Fax 2 **Telefono 2**

P. Iva **E-mail**

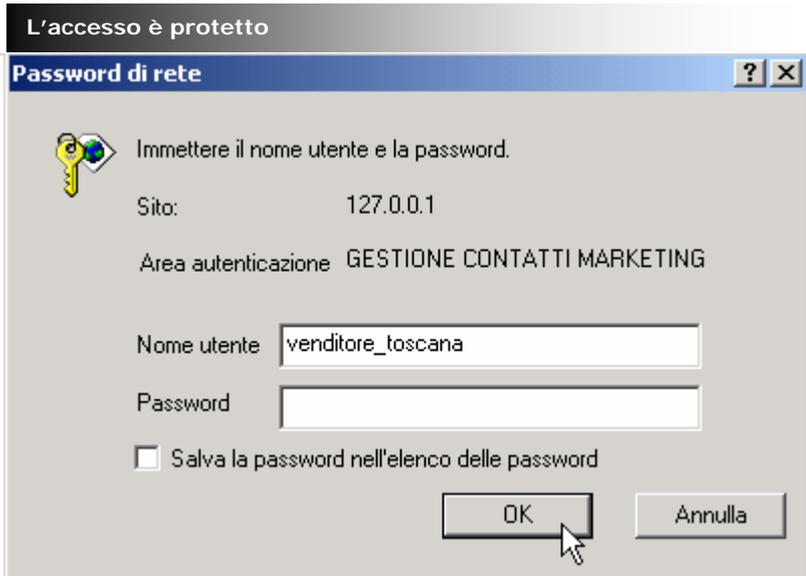
WebSite

*=campo obbligatorio

Internet

Sulla Scheda contatto è possibile definire tutti i dati anagrafici, potendo indicare fino a **2 sedi** del cliente e **3 nominativi** (riferimenti) all'interno dell'azienda, ognuno con il relativo ruolo e telefono cellulare.

Alcuni campi sono definiti come obbligatori, caratteristica che permette l'ottenimento di anagrafiche pulite e correttamente compilate, in quanto l'operatore non può confermare l'inserimento (o la successiva variazione) senza aver inserito i dati principali. Al contatto caricato viene automaticamente assegnato lo stato di **Potenziale**, modificabile in fase di inserimento o successivamente, man mano che si svilupperanno le azioni sul contatto. Sono gestiti tutti gli stati della relazione, da **Potenziale** a **Concluso**. Il contatto viene assegnato alla risorsa che dovrà curarne la relazione, tipicamente l'agente o il venditore, o altre figure definite (Responsabile marketing, Responsabile vendite, ecc...).



L'assegnazione può essere effettuata direttamente dall'operatore che carica il contatto (se ne ha i diritti) oppure dal Responsabile marketing in un secondo momento: infatti, è possibile gestire non solo dei livelli di accesso sui dati per singolo utente, ma anche un'apposita funzione di estrazione dei contatti non assegnati e della loro relativa modifica.

L'accesso al programma è protetto: ogni utente ha una password, oltre a determinati requisiti, richiesta al lancio della procedura del browser di internet.

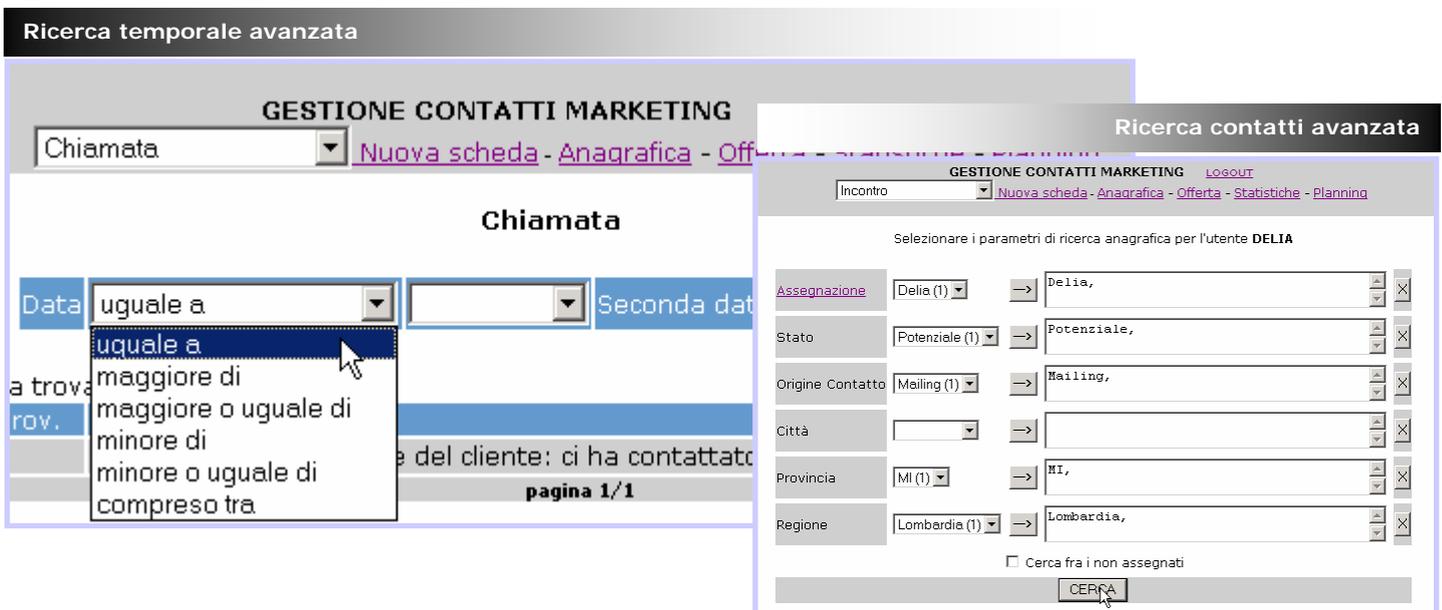
Le attività sul cliente di marketing & Vendite

La gestione delle attività è estremamente flessibile: è possibile, infatti, impostare le attività aziendali, personalizzate a seconda della propria organizzazione, ed ottenere la possibilità di inserire i dati di contatto strutturati secondo le diverse tipologie impostate.



Modifica e visualizzazione della scheda contatto sempre attiva, anche dall'inserimento attività

L'inserimento dell'attività può essere diretto, indicando in un secondo momento il riferimento del contatto, oppure può partire dalla scheda contatto stessa, che è sempre in linea e modificabile/aggiornabile. La scheda contatto è quindi facilmente richiamabile da diversi punti della procedura: così, i dati del cliente sono sempre visualizzabili con immediatezza e trasparenza. Su tutte le funzioni di inserimento delle attività sono presenti dei campi di filtro, per l'impostazione personalizzata delle modalità di ricerca temporale, mentre sulla funzione di anagrafica è attiva la ricerca multiparametro.

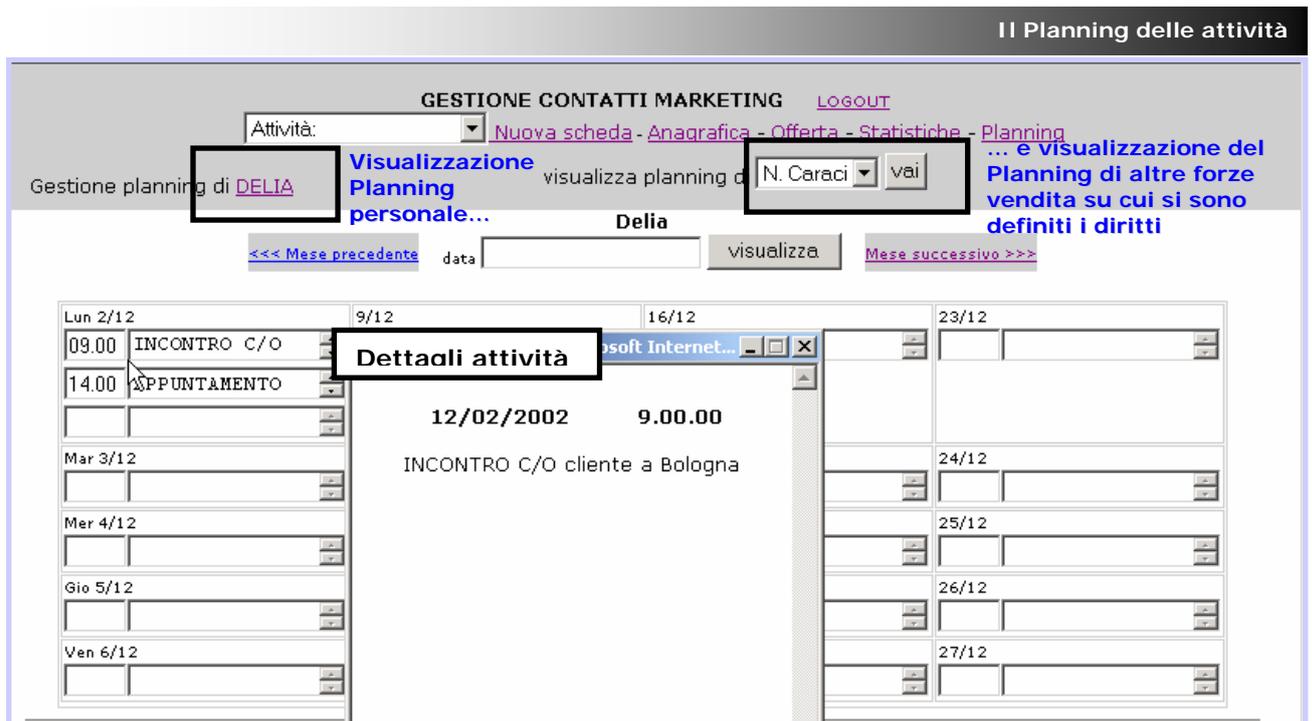


La Gestione del marketing sul WEB

Le attività delle Vendite: Offerte e Planning

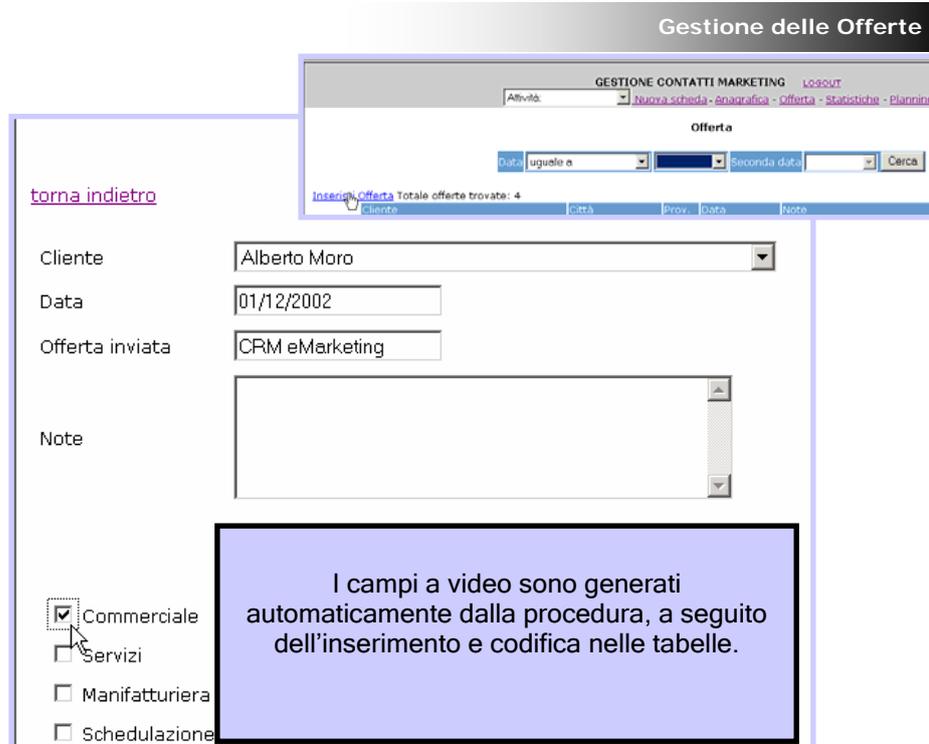
Oltre all'attività di rilevazione dei contatti e delle attività di M&V sugli stessi, CRM.net eMarketing permette una veloce ed efficace gestione delle principali attività del venditore: la gestione del planning degli appuntamenti e la gestione delle offerte

La gestione del **planning** è estremamente facile e veloce: grazie ad una visualizzazione mensile di tutti i giorni della settimana lavorativi, il planning delle visite può essere visualizzato/compilato direttamente dal venditore via Web, oppure dagli operatori che ne hanno i diritti.



La visualizzazione, con un semplice click, può essere ampliata da sintetica a dettagliata (dettaglio sull'appuntamento). La funzione di planning è di fondamentale importanza: l'azienda sa sempre dove reperire il venditore, ed ha il controllo sul suo operato; inoltre, nel caso in cui la presa appuntamenti venga gestita da addetti interni alla struttura, il venditore avrà sempre disponibili i dati aggiornati on line.

CRM.net eMarketing prevede anche un modulo specifico per la gestione delle **offerte**: considerate come attività di fondamentale importanza. La maschera di inserimento delle offerte, pur mantenendo la consueta semplicità ed immediatezza, è arricchita di una serie di campi relativi ai prodotti inclusi nella stessa (con possibilità di apporre flag su più tipologie di prodotto) che si creano automaticamente a seguito della codifica dei prodotti nella tabella utente; inoltre, un campo note aggiuntivo permette di indicare una descrizione generale dell'offerta.



CRM.net eMarketing consente, così, di gestire in maniera completa qualsiasi attività di M&V, in modo dinamico e flessibile. Tutte le attività effettuate sul cliente comportano l'evoluzione del suo stato, inizialmente di Potenziale: 'In Attesa', 'Tiepido', 'Caldo', 'Concluso', e via dicendo. Il venditore (o l'operatore di M&V) può così aggiornare periodicamente lo stato del contatto: la procedura memorizza non solo il cambiamento di stato, ma anche la data in cui tale evento si manifesta; per agevolare tale operazione, CRM.net permette, da qualsiasi inserimento attività, di entrare immediatamente nell'anagrafica del contatto e modificarne lo stato.

Dall'inserimento attività si entra in modifica del contatto...

GESTIONE CONTATTI MARKETING [LOGOUT](#)

Chiamata [Nuova scheda](#) - [Anagrafica](#) - [Offerta](#) - [Statistiche](#) - [Planning](#)

Chiamata

Data uguale a Seconda data

[Inserisci Chiamata](#) Totale Chiamata trovate: 2

	Cliente	Città	Prov.	Data	Note
MIVC	CONTATTO CRM 3	Firenze		12/01/2002	Da parte del cliente: ci ha contattato a seguito incontro avvenuto in SMAU
MIVC	Contatto CRM	Prova1	MI	12/01/2002	prova chiamata

... per poter aggiornare i dati e lo Stato

GESTIONE CONTATTI MARKETING [LOGOUT](#)

Incontro [Nuova scheda](#) - [Anagrafica](#) - [Offerta](#) - [Statistiche](#) - [Planning](#)

ANAGRAFICA ins. vis. Attività: [Offerta - torna indietro](#)

Protocollo 1395

* **Data contatto**

* **Chi ha preso il contatto**

[Assegnazione](#)

* **Ragione sociale**

* **Origine contatto**

Categoria contatto

Data assegnazione

Stato **Data**

La procedura memorizza la data di modifica di ogni stato: così, è possibile tenere traccia dell'evoluzione temporale del contatto. Questa caratteristica permette di ottenere un reale controllo dell'attività del venditore, della sua efficacia e azione sul mercato.

Analisi e Statistiche

Tutti i dati relativi alle attività inserite sui contatti, sia essi prospect che acquisiti, possono essere velocemente presentati su resoconti settimanali di confronto da una settimana all'altra. Il periodo di visualizzazione può essere anche esteso a periodi a scelta dell'utente: di mese in mese, di anno in anno, in automatico viene elaborato un prospetto generale e per singola risorsa (venditore) con la situazione riassuntiva dei contatti gestiti e maturati

Viste immediate

GESTIONE CONTATTI MARKETING [LOGOUT](#)

Invio Demo [Nuova scheda](#) - [Anagrafica](#) - [Offerta](#) - [Statistiche](#) - [Planning](#)

Definire i periodi da confrontare:

1° periodo

dal al

2° periodo

dal al

L'elaborazione statistica può essere studiata ad hoc, secondo le esigenze dell'azienda, e può essere elaborata in qualsiasi formato (anche office).

CRM personalizzato

con il modulo di Amministrazione

CRM.net eMarketing può essere personalizzato e parametrizzato secondo le esigenze dell'azienda: la sua struttura ed organizzazione, i prodotti venduti, gli eventi, i venditori ed altri dati possono essere liberamente impostati dall'utente.

CRM.net può essere disegnato e configurato secondo la reale organizzazione aziendale: Responsabile Vendite, e quindi capi area, agenti e partners... in CRM.net è possibile disegnare una vera e propria **gerarchia**, inquadrando ogni risorsa in un ambito ben preciso, e assegnandoli automaticamente i diritti di accesso sui dati dei suoi subordinati nell'organizzazione di vendita.

Relativamente alla sicurezza, è stato dato un enorme rilievo, in fase di progettazione del prodotto CRM.net, alla gestione dei **controlli** e della **riservatezza sui dati**: un agente può vedere solamente i contatti che sono stati assegnati a se stesso. Potrà vedere le azioni ed i contatti di soggetti da lui coordinati, oppure potrà visualizzare i dati che l'amministratore del sistema ha deciso di rendergli visibili. Ed ancora, è possibile assegnare diritti specifici per la gestione/visualizzazione del planning degli appuntamenti (pensiamo alla segreteria, che deve sapere sempre dove si trova il venditore, oppure la persona addetta alla presa appuntamenti, che deve poter agire sul planning stesso).

Nel Modulo di Amministrazione è possibile parametrizzare:

- Le **Attività** di collaborative CRM
- Le **Categorie** di contatto
- L'**Origine** del contatto (fiera, mailing, ecc...)
- **Ruoli** del riferimento/i del contatto
- **Prodotti** con possibilità di indicare anche il tipo
- **Province** per l'elenco delle provincie

CRM.net & B2B:
la gestione contatti può essere condivisa anche ad una rete di distributori (partners sul territorio, rivenditori, negozi...)

Le modalità di parametrizzazione sono facili ed immediate: semplici tabelle vengono compilate con i dati essenziali, che poi automaticamente sono gestiti in CRM.net per la costruzione delle pagine ASP. Così, la descrizione degli elementi viene automaticamente visualizzata nelle apposite maschere, ed alla stessa viene associato il campo di input; le attività vengono automaticamente rese utilizzabili dal campo combo per il loro inserimento.

Le attività codificate nella tabella sono immediatamente disponibili nel modulo operativo, con i campi per l'inserimento

Attività:

- Attività: Chiamata
- Attività: Incontro
- Attività: Info
- Attività: Invio Demo
- Attività: Invio Documentazione
- Attività: Telemarketing

Struttura e gerarchia di M&V

[visualizza tutta la gerarchia](#)

N. Caraci

- [Delia](#)
- [Rossana](#)
- [Olitre](#)
- [Di Resta](#)
- [Bagarotti](#)
- [Di Lella](#)
- [Taiti](#)
- [Buttarini](#)
- [Prova](#)

[gestisci altri collaboratori fuori dalla gerarchia](#)

Tabelle Parametrizzabili

Attività

Codice	Descrizione	Cancella
<input type="text" value="CHIAM"/>	<input type="text" value="Chiamata"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text" value="INC"/>	<input type="text" value="Incontro"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text" value="INFO"/>	<input type="text" value="Info"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text" value="INDEM"/>	<input type="text" value="Invio Demo"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text" value="INDOC"/>	<input type="text" value="Invio Documentazione"/>	<input type="checkbox"/>

Codice	Descrizione
<input type="text" value="TEL"/>	<input type="text" value="Telemarketing"/>

DATALOG: I FATTORI DEL SUCCESSO

L'Esperienza DATALOG

Dal 1977, l'Arte del software Fiscale e Gestionale

DATALOG dal 1977 sviluppa, con le più moderne metodologie e avvalendosi di esperti operatori del settore, software modulari e flessibili per aziende, commercialisti e settori verticali. DATALOG propone soluzioni complete per una vasta gamma di settori di attività: oltre 30.000 pacchetti installati presso aziende, studi e attività di servizi confermano la misura del successo dei prodotti DATALOG, apprezzati per la loro adattabilità alle esigenze specifiche dell'utenza, affidabilità e facilità d'uso.

La Tecnologia usata

L'Eccellenza come sistema per i Protagonisti del nuovo millennio

Nel lontano 1980, DATALOG è stata la prima software house in Italia a realizzare un sistema di parametrizzazione con cui centinaia di rivenditori hanno sviluppato applicazioni verticali collegate ai prodotti contabili e gestionali. Oggi DATALOG è un preciso punto di riferimento, partner ideale di tutti quei clienti decisi ad operare in un'ottica di maggiore efficacia, efficienza e redditività. DATALOG adotta le più moderne piattaforme di sviluppo ad oggetti: Visual Basic, .Net e ASP per il sistema operativo Windows, con interfaccia grafica semplice e intuitiva secondo gli standard Microsoft. Datalog è Partner Certificato Microsoft.

I Prodotti



Le Nuove Soluzioni

Risultato dell'esperienza e della professionalità maturata in più di 25 anni di attività, la Linea di prodotti CRM comprende diverse soluzioni innovative, sviluppate in ambiente ASP, studiate per fornire all'impresa nuovi strumenti di sviluppo e di ottimizzazione delle risorse.

La Soluzione per l'e-business



La Linea di Prodotti CRM

CRM.net e-Marketing è il sistema più innovativo per la gestione e il monitoraggio di campagne, eventi, ed in generali di azioni di *marketing & vendite*. Grazie ad una copertura funzionale particolarmente articolata, l'unicità di CRM.net e-Marketing consiste nel poter gestire via Web l'attività promozionale dell'azienda, raccogliendo tutti i dati necessari per analizzare sia l'efficacia delle azioni sia il punto di vista del cliente. Infatti, la raccolta dei dati di contatto è, nell'ottica della nuova filosofia CRM, il mezzo per instaurare un rapporto di unicità con il cliente, dove la personalizzazione della relazione rappresenta la metrica con la quale si misura l'efficienza e il valore dell'azienda

Rivenditore Autorizzato



SOFTWARE A DIMENSIONE UOMO

Datalog s.r.l. - Via Pietro Nenni 10 - 20093 Cologno Monzese (MI)
Tel. 02.26.715.1 (15 linee r.a.) - Fax 02.26.715.251 - Numero Verde: 800361250
Web <http://www.datalog.it> E - mail: datalog@datalog.it

