

PLAYER

PLAYER

TUTTI I VANTAGGI DI UN CRM

ANCHE WEB



Wolters Kluwer

**VENDITE
CUSTOMER CARE
FIERE
MARKETING**





Le ragioni di un CRM

Mantenere alta la soddisfazione di un cliente è il primo comandamento aziendale. Per questo le aziende curano la qualità dei prodotti e dei servizi di assistenza, studiano offerte e promozioni personalizzate, insomma mettono in atto "coccole" di vario genere per gestire al meglio la relazione con i clienti in tutte le sue fasi. Un cliente soddisfatto è un cliente fedele e per gestire il processo di fidelizzazione il software CRM costituisce oggi un enorme passo in avanti perché offre un sistema capace di fornire gli strumenti giusti per conservare la fedeltà nel lungo periodo. L'organizzazione dei venditori, il coordinamento delle attività marketing, commerciali e di mantenimento della soddisfazione del cliente, la condivisione delle

informazioni sono alcuni degli elementi che permettono a un'azienda di presentarsi come una realtà di successo. Per gestirli non basta più il software gestionale aziendale ma occorre uno strumento mirato e un approccio differente al business da parte dell'intero ecosistema azienda.

L'adozione di un CRM come PLAYER può immediatamente offrire all'azienda una serie di vantaggi inaspettati: l'accrescimento della preparazione del venditore, un miglior servizio post vendita al cliente, l'acquisizione organizzata e quindi più profittevole di lead e potenziali clienti, l'aumento delle vendite sul parco attivo in up-selling e/o cross-selling e molto altro ancora.

*Non è l'azienda che paga i salari.
L'azienda semplicemente maneggia il denaro.
È il cliente che paga i salari.*

Henry Ford





CRM

CHE RISULTATI MIGLIORI
(anche su tablet)!

PLAYER è uno strumento da condividere con tutte le diverse componenti aziendali affinché diventi l'unico punto di raccolta di tutte le informazioni sui clienti, una base di conoscenza centralizzata da cui può scaturire un processo collaborativo di creazione del valore per l'azienda. Tuttavia non bisogna dimenticare che il CRM è, prima ancora di un software, un "credo" aziendale condiviso che dà un reale vantaggio quando l'azienda dispone della leadership, delle strategie e della cultura necessarie.

Per questo Wolters Kluwer mette a disposizione la propria esperienza in materia di CRM assicurando, durante la fase di startup vero e proprio del software, tutta la competenza e la formazione indispensabili per ottenere risultati di successo.

**PLAYER, integrato con Arca EVOLUTION
ed i principali ERP sul mercato
dispone anche dell'interfaccia web e può quindi
essere fruito da tablet e smartphone!**





Cosa dovrebbe fare
un bravo venditore
nei minuti
che precedono
un appuntamento
di vendita?



VENDITE

Un atleta professionista non si sognerebbe mai di iniziare una competizione importante a freddo, senza il minimo riscaldamento. Anche un venditore professionista necessita di riscaldamento per aumentare le proprie performance! Quello che si fa nei 10-15 minuti che precedono l'incontro con il cliente può determinare in maniera sostanziale l'esito dello stesso. La maggior parte dei venditori però, ignora completamente questo principio e spesso si presenta ad un appuntamento con un cliente, senza nessun tipo di preparazione, magari ascoltando la radio in macchina nel tragitto che lo separa dal luogo dell'incontro.

Le 3 semplici regole da seguire

1. Di fronte ad un cliente evitare il più possibile di fare domande la cui risposta può essere facilmente trovata da qualche altra parte (magari su Internet...); quanto più mostriamo al cliente che ci siamo preparati sulla sua azienda, sulle sue esigenze e sulla sua specifica situazione tanto più daremo un'immagine di professionalità e serietà
2. Poco prima dell'incontro, rivedere brevemente il proprio materiale di vendita (presentazioni, eventuali campioni da mostrare, ecc.) e fare il punto dei precedenti contatti avuti con quel cliente fino a quel momento
3. Poco prima di iniziare l'incontro mettersi in uno stato d'animo positivo; ciò trasferirà al cliente la sensazione di avere di fronte un professionista della vendita, preparato, sicuro e pronto ad aiutarlo a prendere la migliore decisione, nel suo interesse

Un bravo venditore utilizza **PLAYER**.

In PLAYER è possibile raccogliere ed organizzare tutto il materiale relativo al cliente, registrare le attività commerciali svolte (visite, telefonate, invio documentazione), tracciare l'evoluzione delle trattative, memorizzare appunti importanti e promemoria fondamentali.

La situazione del cliente è consultabile anche nei pochi minuti precedenti l'incontro, dal proprio tablet o smartphone, per non dimenticare nulla.

In PLAYER è possibile concentrare anche attività effettuate da altre figure aziendali sullo stesso cliente, in modo da avere il quadro completo della situazione ed approcciare l'interlocutore con la massima serenità e l'animo positivo e tutti i dati a portata di mano. Terminato l'incontro il venditore può aggiornare immediatamente la situazione del cliente e l'agenda per essere tempestivo e condividere subito gli esiti con la direzione commerciale.



The screenshot displays the PLAYER software interface. On the left, there is a sidebar with icons for 'Generale', 'Anagrafiche', 'Calendario', 'Statistiche', 'Strumenti', and 'Amministrazione'. The main area shows a calendar view for February 2012, with columns for each day from Monday to Thursday. The calendar is populated with various events and appointments, including 'Invio Offerta Artigianato del Vini', 'Dimostrazione Artel', 'Visita Artel', and 'Invito Fiera Claudia Giovannini s.r.l.'. The interface includes a top navigation bar with buttons like 'Precedente', 'Successivo', 'Calendario', 'Oggi', 'Stampa', 'Anteprima', 'Outlook', 'Aggiorna', 'Pianificazione', 'Filtri', 'Giorno', 'Sett. Lav.', 'Sett.', and 'Mese'. There are also dropdown menus for 'Soggetto', 'Tipo', 'Priorità', 'Status', 'ID evento', and 'Visita'. A right-hand panel shows a list of 'Gruppi' including 'Marketing', 'Vendite', and 'Utenti'.



I vostri clienti
incoraggiano
altre aziende
a rivolgersi a voi?



CUSTOMER CARE

Un ottimo Servizio al Cliente, dall'help desk all'assistenza tecnica, dalla registrazione puntuale dei reclami all'assegnazione ed evasione delle segnalazioni, diviene sempre più l'elemento determinante per il successo di una azienda.

La vendita è solo l'inizio di una relazione che va gestita, curata, assistita in ogni sua fase. Il rapporto col cliente va oltre alla semplice attività marketing e/o commerciale e sempre più coinvolge diverse figure aziendali (l'ufficio assistenza clienti, l'ufficio tecnico, l'ufficio reclami, il recupero crediti sono alcuni degli esempi).

Un buon gioco di squadra, una totale condivisione delle informazioni sul cliente e la piena conoscenza dello stesso incrementano notevolmente la soddisfazione del cliente, favorendo quei meccanismi di passaparola fondamentali per incrementare il business.

**La customer satisfaction
aiuta le aziende a crescere.
PLAYER WEB aiuta a monitorare
ogni flusso di lavoro in tutte le sue fasi.**

PLAYER trasforma il cliente in un segnalatore attivo della vostra azienda!

PLAYER consente di registrare le segnalazioni ed i reclami dei propri clienti e di tracciarne le attività successive, le responsabilità, gli esiti. Ciò favorisce la costituzione di un archivio di conoscenza (knowledge base) indispensabile per poter rispondere tempestivamente alle richieste dei clienti. La verifica periodica delle chiamate e delle indicazioni dei clienti, accuratamente processate e dettagliate, porterà diversi benefici da entrambe le parti. L'analisi dei reclami produrrà un rapido miglioramento della qualità dell'offerta; la valutazione dei picchi di chiamate porterà ad una mirata organizzazione delle risorse; la costante verifica delle risposte e dei tempi di chiusura delle segnalazioni darà il quadro completo dell'efficienza degli addetti. Tutto questo concorre a creare la massima soddisfazione dei clienti, che non potranno far altro che considerare la vostra azienda seria ed affidabile.



My Events

Vista Note Perodo Storico Status Aperti Area

Data	Trac	Status	Area	Evento	Soggetto	Telefono	E-mail	Utente
18/07/2012			Sales Force Automat.	Visita	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
14/06/2012			Sales Force Automat.	Ordine Confermato	ABC Solution s.r.l.	3463546	info@arteinet.it	Luca Bianchi
26/05/2012			Sales Force Automat.	Ordine Confermato	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Ordine Confermato	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Ordine Confermato	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Ordine Confermato	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Invio Offerta	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Invio Offerta	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
22/05/2012			Sales Force Automat.	Invio Offerta	Casale Alessandro & C S.n.c	123456	info@casaleales...	Luca Bianchi
OVC 3 22-05-2012								
04/05/2012			Sales Force Automat.	Telefonata SFA	Artel			Luca Bianchi
Fissata demo settimana prossima								
04/05/2012			Sales Force Automat.	Dimostrazione	Danasi Group			Luca Bianchi
04/05/2012			Sales Force Automat.	Visita	Danasi Group			Luca Bianchi
04/05/2012			Sales Force Automat.	Telefonata SFA	Danasi Group			Luca Bianchi
sentito il cliente e interessato a PLAYER WEB								
03/05/2012			Sales Force Automat.	Dimostrazione	Danasi Group			Luca Bianchi
04/04/2012			Sales Force Automat.	Visita	Artel			Luca Bianchi
04/04/2012			Sales Force Automat.	Visita	Artel			Luca Bianchi
23/03/2012			Sales Force Automat.	Assegnazione Contatto (Le...	test			Luca Bianchi
23/03/2012			Sales Force Automat.	Assegnazione Contatto (Le...	Artel			Luca Bianchi
22/03/2012			Sales Force Automat.	Telefonata SFA	test			Luca Bianchi
22/03/2012			Sales Force Automat.	Invio Offerta	test			Luca Bianchi
08/03/2012			Help Desk	Chiamata Assegnata	Casa del fiore S.r.l.			Luca Bianchi
21/02/2012			Sales Force Automat.	Visita	Artel			Luca Bianchi
21/02/2012			Sales Force Automat.	Dimostrazione	Artel			Luca Bianchi
17/02/2012			Sales Force Automat.	Visita	Artel			Luca Bianchi

Record: 1 Of 98



Come risolvere il problema dell'anemia di clienti?



Trovare e acquisire nuovi clienti sta diventando un compito sempre più impegnativo e costoso per ogni genere di attività professionale. La situazione congiunturale, unita al cambiamento delle modalità di acquisto dei clienti, stanno rendendo la parte del marketing aziendale, relativa all'acquisizione, sempre più onerosa e difficoltosa.

Ecco le azioni importanti da mettere in pratica!

- **Pianificare l'intero processo di acquisizione clienti**
Molte delle attività di marketing vengono effettuate senza un'accurata conoscenza del profilo cliente e dei mezzi migliori per entrare in contatto con lui al minor costo possibile.
- **Registrare ed analizzare gli esiti di un'azione marketing**
Tropo spesso le aziende investono molto in azioni marketing (acquisizione di database di contatti potenziali, telemarketing, direct marketing, partecipazione ad eventi e Fiere di settore) e non registrano in maniera organizzata le attività pre e post iniziativa. In questo modo non vengono capitalizzate le esperienze fatte e, soprattutto, non viene misurato l'esito (quanto abbiamo speso? Quanto abbiamo portato a casa dopo tanti sforzi?).
- **Studiare la natura fisiologica del "processo di acquisto" dei clienti.**
Molte delle iniziative di acquisizione e generazione clienti falliscono perché non è stata fatta una precisa analisi pratica delle modalità con le quali il cliente acquista i nostri prodotti.

Per gestire le fiere **PLAYER** è la giusta dose di ferro!

In PLAYER è semplice gestire tutto il processo di una campagna Marketing, dalla preparazione alla misurazione puntuale dei risultati.

Anche la partecipazione ad una fiera può essere oggetto di informatizzazione, ottenendo immediati vantaggi quali la registrazione in tempo reale dei contatti raccolti all'evento, la lavorazione degli stessi tempestiva; ad esempio è possibile fornire al prospect quanto ha richiesto allo stand (brochure, documentazione tecnica, listini, cataloghi, preventivo) e memorizzare ogni step successivo all'avvio di una trattativa. Mailing, recall telefonico, registrazione esiti e gradi di interesse diventano attività strutturate, curate, storicizzate in modo da trarre spunti e idee dalle iniziative messe in pista.



Player

Generale

Anagrafiche

Calendario

Statistiche

Strumenti

Nuovo Salva Cancella Stampa Organigramma Aggiorna Esporta ERP Map

Soggetto: ABC Solution s.r.l. Attivo Codice CRM: ABC50L Codice ERP:

Suppl.:

Info:

Agente: Emanuele Zorzi Default

Importanza: ALTA

Titolo: Dr. Ruolo:

Referente: Francesco Zorzi

Organizzazione: ABC Solution Holding

Qualifica: Potenziale C1 Tipo: Fascia A

Cod.fiscale: ASFUASFAS

Partita iva: 1233456464

Indirizzo:

Std: ☒ Indirizzo principale

Indirizzo: Via Michelangelo

Città: Zemelegno

Zone:

C.A.P.: 36050

Prov.: Vi Regione: Lombardia

Nazione: Italia

Tipologia:

Tipologia: Visitore

E-Mail: info@artelinet.it

Fax: 030 778887

Telefono: 3463546

Telefono: 123456

Indirizzo: www.wiki.it

Eventi

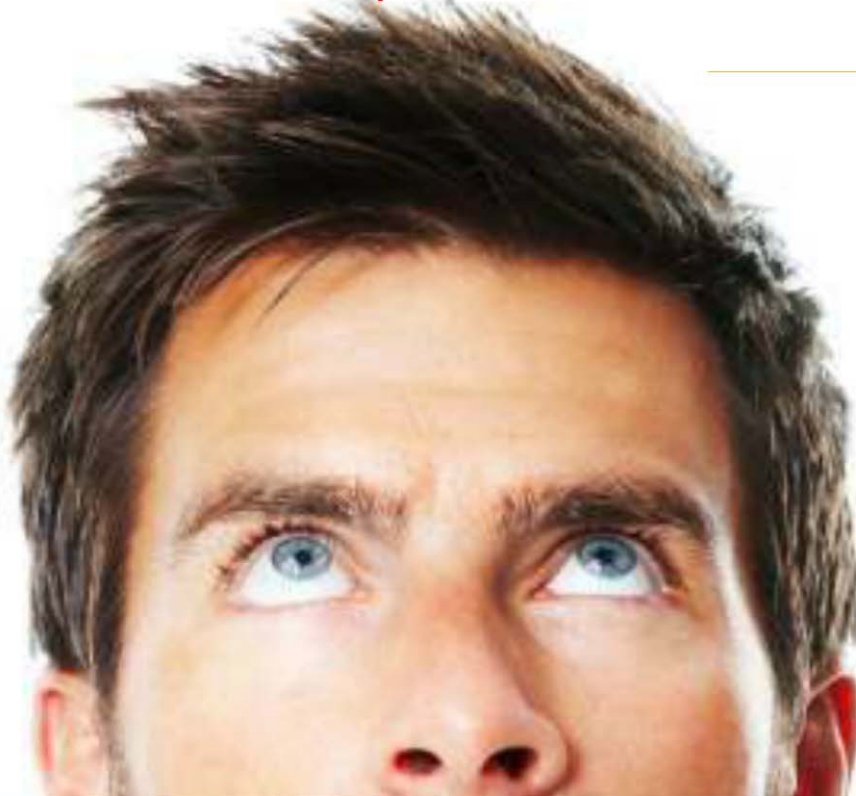
Progetti Contatti Allegati E-Mail Profilo Dati aggiuntivi Note Dati esterni Privacy Varie

Eventi

Trac. Sta. As. S. ic. Data Evento Area Note Utente Progetto

✓				14/09/2012	Ordine Confermato	Sales Force Automation		Luca Bianchi	
✓				07/10/2011	Incontro fiera	Fiera		Direttore Generale	Fiera di Milano 2011
✓				30/09/2011	Telefonata SFA	Sales Force Automation		Direttore Generale	
✓				20/09/2011	Invito fiera	Fiera		Luca Bianchi	
✓				26/08/2011	01 - Apertura non confo...	Qualità		Direttore Generale	
✓				24/08/2011	Invio Offerta	Sales Force Automation		Direttore Generale	trattativa player
✓				24/08/2011	01 - Apertura non confo...	Qualità	verificare tutto il contenuto per problemi di imb...	Direttore Generale	
✓				25/07/2011	Telefonata SFA	Sales Force Automation		Luca Bianchi	offerta Gestionale
✓				25/07/2011	Visita	Sales Force Automation		Luca Bianchi	offerta Gestionale
✓				21/07/2011	Chiamata Assegnata	Help Desk	quando si lanciano le stampe il programma va l...	Luca Bianchi	
✓				11/06/2011	Visita	Sales Force Automation		Luca Bianchi	Campagna Ottobre 2010
✓				09/06/2011	01 - Apertura non confo...	Qualità	arrivato imballaggio rotto	Luca Bianchi	
✓				07/05/2011	Visita	Sales Force Automation		Luca Bianchi	Campagna Ottobre 2010
✓				27/04/2011	Invio Offerta	Sales Force Automation		Direttore Generale	Campagna Ottobre 2010

È possibile proporre il prodotto giusto
al cliente giusto per massimizzare le vendite
sul parco attivo?



MARKETING

L'up-selling è una tecnica di vendita che mira ad offrire al consumatore qualcosa di maggior valore rispetto alla sua scelta d'acquisto iniziale; ad esempio l'estensione di garanzia, la proposta di un prodotto di gamma superiore od il suggerimento di un brand con un margine più alto rispetto alla preferenza inizialmente espressa.

Il cross-selling consiste nell'aumentare il valore dello scambio mettendo a disposizione prodotti o servizi in qualche modo collegati con la scelta d'acquisto iniziale, rendendola più completa.

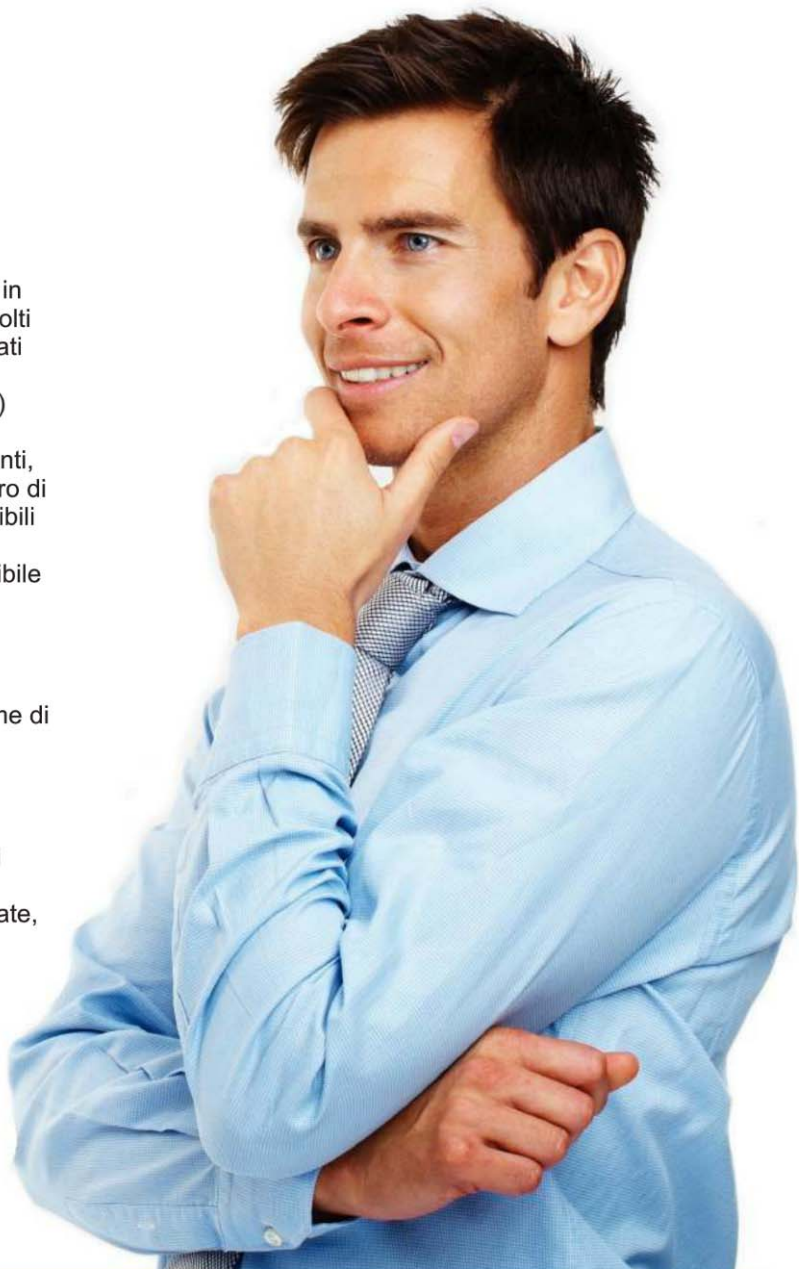
Le informazioni alle quali non si può rinunciare!

- ? Le quantità e la tipologia di ogni prodotto acquistato dai singoli clienti
- ? La marginalità di ogni prodotto
- ? Il posizionamento della propria offerta con riguardo a prezzo e bisogni specifici che soddisfa
- ? Il livello di sostituibilità tra i prodotti (propri e di altri competitor)
- ? La profilazione dei clienti per individuare un comportamento d'acquisto ripetibile

**Per possedere
e poter sfruttare queste informazioni
dobbiamo innanzitutto immagazzinarle
in modo organizzato e continuo.**

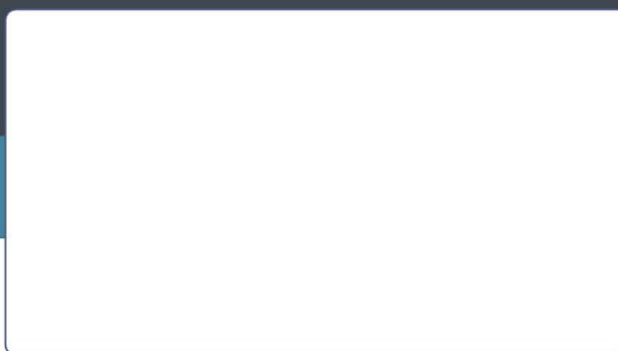
PLAYER ti aiuta a vendere di più e meglio!

PLAYER permette la gestione delle anagrafiche in maniera estesa ed arricchita rispetto ai dati raccolti ai soli fini amministrativi che vengono memorizzati nel gestionale aziendale ed ereditati dal CRM. Profilare i clienti (e tutte le anagrafiche di Player) significa inserire anche dati qualitativi quali dimensione, classe di fatturato, numero dipendenti, anno di acquisizione, numero di venditori, numero di sedi/punti vendita eventuali, informazioni estensibili anche a tutti i soggetti che lavorano all'interno dell'azienda cliente; per i singoli individui è possibile dichiarare età, ruolo, titolo di studio, hobby. In tal modo la segmentazione del parco diventa precisa ed utile per mirare le attività di direct marketing, telemarketing, teleselling, ma anche mailing e invio di newsletter che diventano il seme di una nuova trattativa. Player dispone di uno strumento specifico per effettuare le attività massive in poco tempo, assegnarle al team preposto e registrarne precisamente la redemption, ossia quali risultati esse abbiano realmente portato all'azienda in termini di nuove vendite, nuove trattative innescate, nuovi lead recuperati, ecc.



PLAYER

**Potete richiedere i prodotti
e i servizi Wolters Kluwer a**



Wolters Kluwer

Wolters Kluwer Italia
Strada 1, Palazzo F6
20090 Milanofiori- Assago (MI)

www.software.wolterskluwer.it