



# Cos'è il CRM

- 🔊 Customer Relationship Management
- 🔊 Che cos'è un cliente?
- 🔊 In quanti modi definire il CRM?
- 🔊 I vantaggi di CRM.
- 🔊 Il CRM Notarile
- 🔊 Perché il CRM fallisce così spesso?

# Cos'è il CRM

- Una definizione breve e concisa
- Customer Relationship Management
- Gestione della relazione con il cliente
- Fornisce uno strumento e un metodo per migliorare “l'esperienza” di ogni cliente in modo da fidelizzarlo per tutta la vita
- Fornisce strumenti di carattere sia tecnologico sia funzionale per individuare e attrarre i clienti
- Fornisce una visione omogenea del cliente in tutta l'azienda

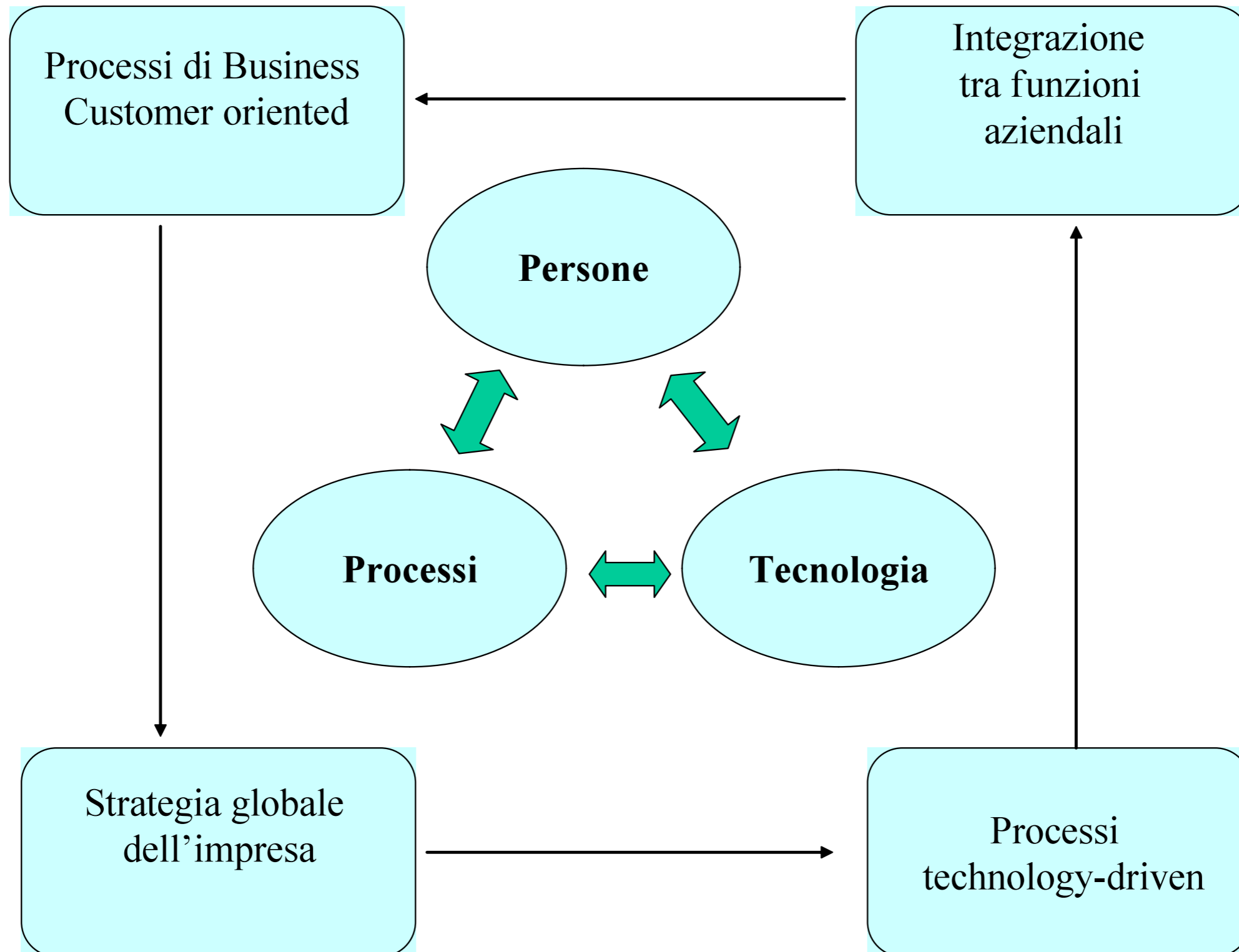
# Fidelizzazione longeva



# Customer Relationship Management

- Combinazione di persone, processi e tecnologie che cerca di comprendere (anticipare) e soddisfare i bisogni dei clienti di una determinata impresa.
- Cinque ragioni fondamentali per cui le imprese dovrebbero adottare un sistema CRM:
  - Acquisizione di nuovi clienti (o "**clienti potenziali**")
  - Aumento delle relazioni con i clienti più importanti (o "**clienti coltivabili**")
  - Ridurre i costi attraverso lo sviluppo di processi di business
  - Fidelizzazione longeva dei clienti che hanno maggiori rapporti con l'impresa (definiti "**clienti primo piano**")
  - Trasformazione degli attuali clienti in "**procuratori**", consumatori che lodano l'azienda incoraggiando altre persone a rivolgersi alla stessa

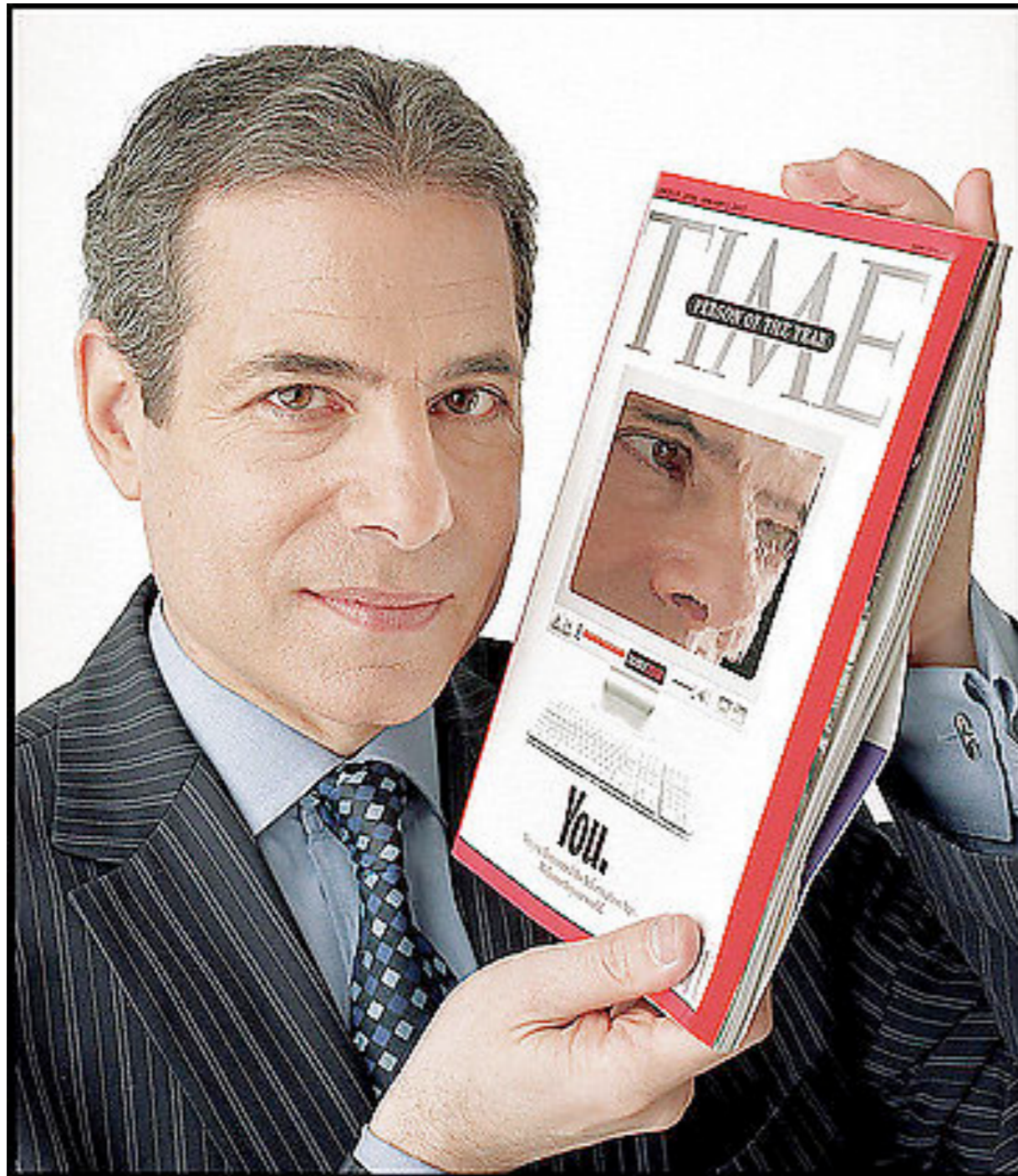
# Persone Processi Tecnologia



# Definizioni di CRM

- Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.
- Il concetto di Customer relationship management è legato al concetto di fidelizzazione dei clienti.
- In un'impresa "**Market-oriented**"
- il mercato non è più rappresentato solo dal cliente ma **dall'ambiente** circostante
- l'impresa deve stabilire relazioni durevoli, tenendo conto dei **valori** del cliente, della società e dell'ambiente.

# Market-oriented





# Che cos'è un cliente?

- Lo slogan “E' il cliente a comandare” risale già agli anni Quaranta, il suo significato si è modificato radicalmente nell'ultimo decennio
- Oggi i clienti sono circondati da servizi offerti dalle aziende (telefonia, banche, informazione, viaggi ed intrattenimento)
- Le aspettative dei clienti sono aumentate nel tempo, si aspettano la gestione multi-canale delle relazioni

# Strumenti

- Esistono differenti strumenti e diversi livelli di **integrazione** per i sistemi di CRM.
- Una serie di infrastrutture sia a livello di **front office** (nella relazione con l'esterno vera e propria), sia a livello di **back office**, per analizzare e misurare dati e i risultati raggiunti
- Internet** e gli strumenti che offre possono essere considerati un valido ed essenziale complemento per instaurare e migliorare il rapporto con la propria clientela
- importante è individuare quali, fra tanti, l'impresa reputa migliori strumenti per **la propria clientela**.
- Inoltre non bisogna dimenticare che necessari non sono solo gli investimenti inerenti alla tecnologia, ma soprattutto quelli in termini di **risorse umane**.
- È vero che la gestione delle informazioni viene **automatizzata**, ma è anche vero che la componente umana resta un elemento determinante.

# Strumenti

Molti sono gli strumenti a disposizione delle singole imprese al fine di instaurare con il cliente un **rappporto individuale**, ad esempio:

chat online;

forum di discussione;

una banca dati contenente le risposte alle domande più frequentemente poste dagli utenti (FAQ);

un indirizzo e-mail a cui rivolgersi;

servizi informativi forniti anche su altri strumenti (come SMS da inviare al proprio cellulare, o l'utilizzo della tecnologia WAP)

Ticket on-line per la segnalazione di problemi o per la richiesta di assistenza;

Tracciamento interno di ogni comunicazione "da" e "per" il cliente;

Preventivi e Fatture rivolte al cliente;

Storia dei pagamenti effettuati dal cliente;

Analisi della navigazione, per utenti profilati, con l'ausilio di web analyzer.

# Customer Database

- I diversi strumenti di CRM hanno come obiettivo finale quello di riuscire a “costruire” per ciascun cliente la cosiddetta “**scheda cliente**”
- nella quale sono contenute tutte le informazioni che lo riguardano (chi è, dove e quando ha interagito con l’azienda, quante volte ha chiamato il call center, quante volte si collega al sito, eventuali lamentele rivolte al servizio clienti, ecc. )
- L’obiettivo è dialogare in modo sempre più efficace, diretto e personalizzato con i singoli target (gruppi di clienti con caratteristiche simili)


# Definizioni di CRM

 Il CRM si articola in 3 grandi aree:

 CRM collaborativo

 CRM operativo

 CRM analitico



**Internet**

**Mail**

**Telefono**

**Collaborative CRM**

**Operational CRM**

**Analytical CRM**

# CRM Collaborativo

- CRM collaborativo
- Metodologie e tecnologie integrate con gli strumenti di comunicazione (telefono, fax, e-mail, ecc.)
- per gestire il contatto con il cliente.

**Internet**

**Mail**

**Telefono**

**Collaborative CRM**

Internet Portal

Call Center

Self Service

e-Mail Manag.

Chat, Co-Brow

Knowledge Base

Content Management

**Operational CRM**

**Analytical CRM**



# CRM Operativo

- CRM operativo

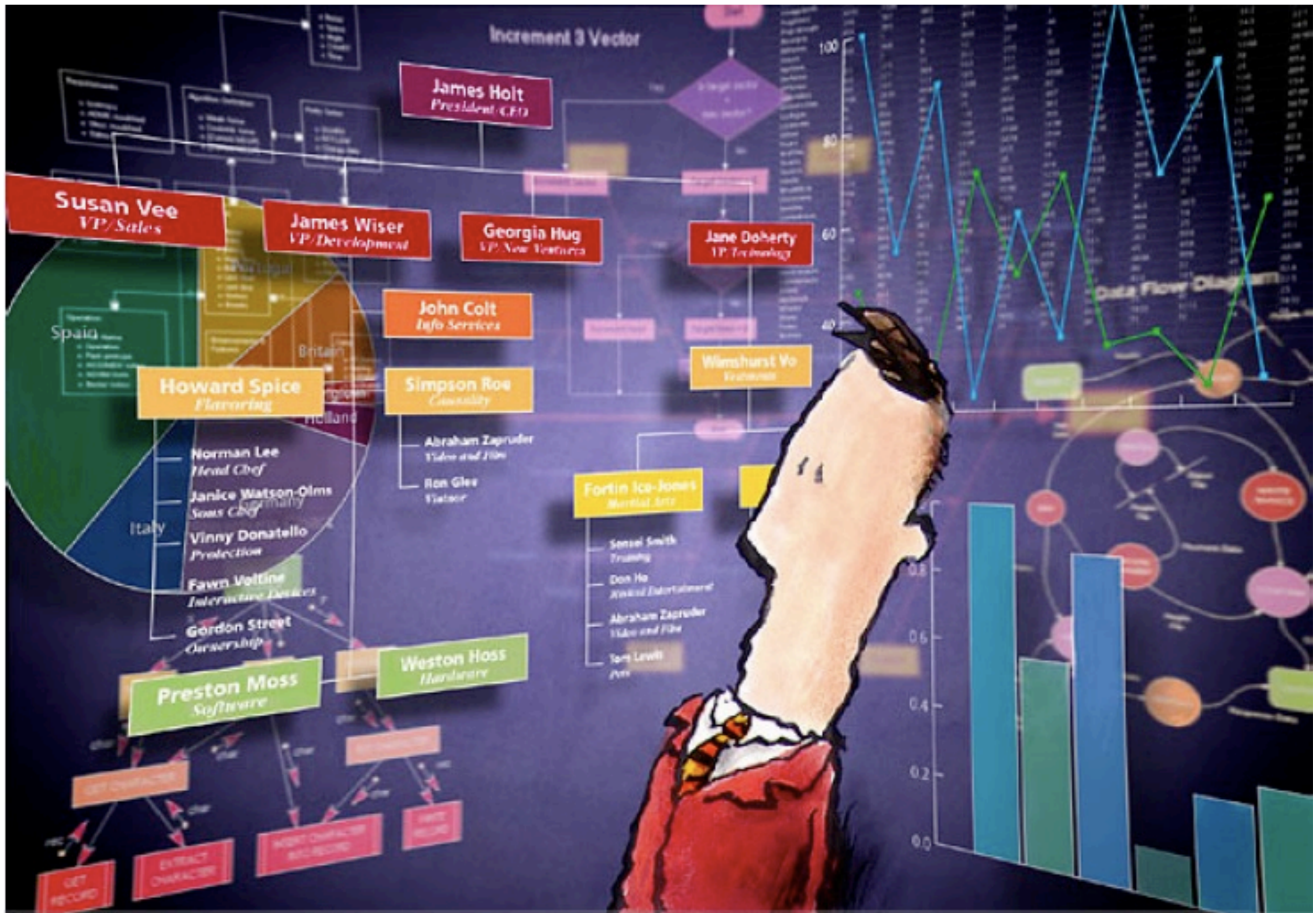
- Soluzioni metodologiche e tecnologiche

- per automatizzare i processi di business che prevedono il contatto diretto con il cliente.

# CRM Analitico

- CRM analitico
- Procedure e strumenti
- per migliorare la conoscenza del cliente attraverso l'estrazione di dati dal CRM operativo
- la loro analisi e lo studio revisionale sui comportamenti dei clienti stessi.

# CRM Analitico





# Un flusso tipico

## Situazione

---

Il cliente Mario Rossi  
vuole un'informazione  
sul catalogo  
di abbigliamento

## Cosa fa il cliente

Invia un'e-mail all'indirizzo  
info@nome\_azienda.com  
Oggetto: "richiesta di  
informazioni"  
Testo: "vorrei informazioni  
sui pullover in offerta  
speciale nel mese di maggio"

---

## Cosa ottiene di risposta

---

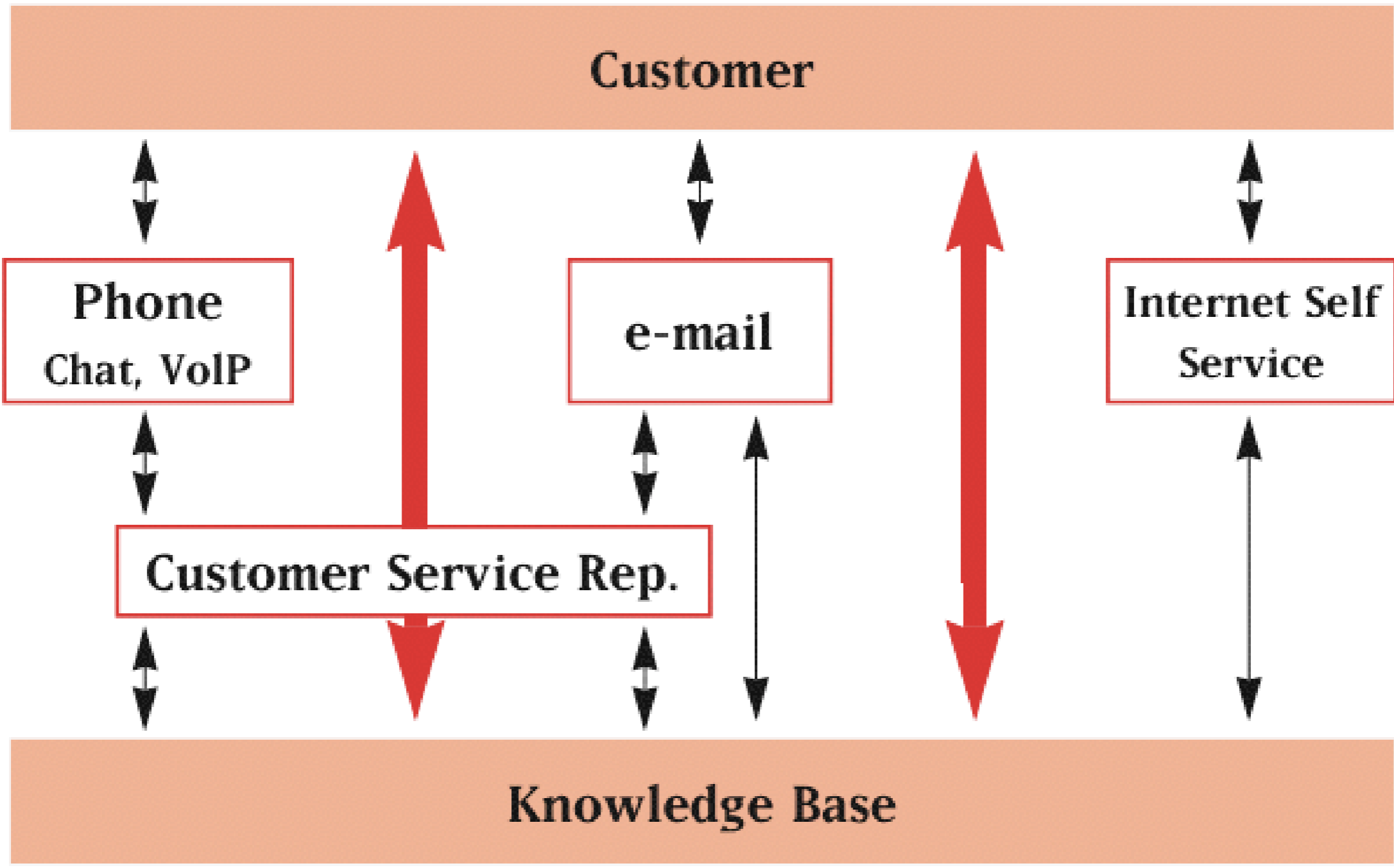
In maniera automatica il sistema risponde con la seguente e-mail:

Oggetto: "Re: richiesta di informazioni"

Testo: "Sig. Mario Rossi, grazie per averci contattati. Sulla base di quanto da lei richiesto il nostro sistema di customer service ha automaticamente individuato la seguente risposta: Le offerte speciali dei pullover cominciano a Giugno. Per conoscere le proposte a lei riservate la invitiamo ad utilizzare il nostro servizio shop assistant [www.nome\\_azienza\\_shop\\_ass.com](http://www.nome_azienza_shop_ass.com) La sua richiesta è identificata con il numero 123455 utilizzabile da Lei per successivi contatti via e-mail o telefono. La sua richiesta è stata inoltrata al gruppo Assistenza Commerciale"

---

**Alta automazione**



# Intervento umano?

Il gruppo Assistenza Commerciale riceve l'informazione del contatto relativa a Mario Rossi e decide se intervenire direttamente o lasciare che la relazione venga gestita automaticamente

Il cliente decide di utilizzare il servizio Shop Assistant

Il cliente clicca sull'indirizzo Web. Il sistema ha già recepito le informazioni fornite via e-mail e prosegue chiedendo eventuali informazioni.



# Personalizzazione

Lo shop assistant, partendo dalle informazioni raccolte, chiede di dettagliare meglio la necessità del cliente (taglia, colori preferiti) e propone i capi di abbigliamento a disposizione in quel mese. Accedendo al sito, visto che Mario Rossi è un cliente abituale e ha già fatto acquisti per i suoi bambini, la sezione personalizzata gli annuncerà anche le novità 0-12.

# Contatto Umano

Il cliente vuole maggiori dettagli sui capi proposti e seleziona il pulsante "Live Interaction" per entrare in contatto con il personale di vendita.

L'operatore dialoga con il cliente: "Signor Rossi, vedo che lei ha richiesto via e-mail informazioni sui pullover in offerta. Ha ottenuto la seguente e-mail di risposta... e ha utilizzato il nostro servizio di Shop Assistance che le ha proposto le novità di questo mese. Vuole vedere il nuovissimo catalogo non ancora pubblicato in rete?" Mario Rossi, tramite voce o chat, sottolinea che però è interessato solo ai capi non sintetici.

Istantaneamente sul browser di Mario Rossi apparirà il catalogo composto dai capi in fibre naturali.

Operatore di Call Center : "Sig. Rossi, li trova di suo gradimento?"

Sig. Rossi : "Sì. È il modello che cercavo. Sono acquistabili on-line?"

Call Center Rep : "Sì, l'aiuterò a compilare il modulo di acquisto... ecco fatto... ora può inserire il suo codice di carta pre-pagata e premere invio"

Mario Rossi riceve il modulo sul suo browser, lo completa come richiesto e lo re-invia online al call Center.

Operatore di Call Center: "Grazie per avere ... Il maglione dovrebbe pervenirle entro 3 giorni lavorativi da oggi. In tutti i casi, lei può verificare lo stato dell'ordine in maniera automatica sul nostro Web Contact Center all'indirizzo <http://...> Oppure con un reply alla e-mail che le sto inviando. Grazie e arrivederci."

# CRM Strategia

- Le applicazioni CRM servono a tenersi in contatto con la clientela
- a inserire le loro informazioni nel database
- a fornire loro modalità per interagire
- in modo che tali interazioni possano essere registrate e analizzate.

# CRM Strategia

- Il CRM è un concetto strettamente legato alla strategia
- Alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura
- Che pone il cliente al centro dell'attenzione sia nel caso del business-to-business sia in quello del business-to-consumer.

# ROI vs LTV

- il CRM è adatto sia a quelle aziende che cercano un Return on investment (ROI) veloce
- Sia a quelle che curano il processo di fidelizzazione e l'aumento del Lifetime value (LTV) dei clienti
- che richiede del tempo.

# CRM Notarile

- Come soddisfare l'esigenza da parte degli studi notarili non solo di avere **nuovi clienti**, ma soprattutto, trattenerne e fidelizzare quelli più "**redditizi**"
- permettendo di ottenere vantaggi competitivi nella gestione degli stessi, che diventeranno il bene più **prezioso** dello studio.
- Come gestire le informazioni tra i settori dello studio e **l'esterno** ?
- Come raccogliere e gestire in modo appropriato la conoscenza ed i **documenti** prodotti e ricevuti dai clienti ?

# Software CRM e Notai

The screenshot displays the 'Suite Notaro' software interface. The main window is titled 'Pratiche' and contains a table of legal cases. A context menu is open over the table, with the 'Pubblica' option highlighted. A secondary dialog box, 'Pubblicazione pratica su Web', is open on the right, showing the publication details for a specific case.

**Suite Notaro**

File Modifica Visualizza Strumenti

Indietro Avanti

Atto ISA Appunti

**Pratiche**

- Pratiche
  - Scrivania
  - Elenco Completo
  - Altri filtri ...
- Pratiche Minime
- Repertorio

**Scrivania**

Codice pratica	Data apertura	Rep.
Zil-IMM-00305	24/02/2005	
ZIL		
00518		
00002-		

Context Menu:

- Apri pratica
- Atto ...
- Appunti
- Assegna pratica a ...
- Cambia stato pratica
- Pubblica**
- Spubblica

**Pubblicazione pratica su Web**

Pubblicazione pratica 00002-04

Pubblica fino a: 30 gg - 26/10/2006

Tipo Account: Altri

Nominativo

- ABBONDIO MARIO
- ALESSANDRINI OLGA
- ALESSANDRINI OLGA
- ALLORINI CLAUDIO
- ANELLI FERNANDA
- FARINA MARIO
- SALADINI PAOLA
- SERAFINI ROBERTO
- VILLA CARLA
- VIZZINI VITTORIA
- ZULIANI ADELINO

Operazioni

Nuovo Documento



# Software CRM e Notai

The screenshot displays a web-based interface for document management in a legal CRM system. The main window is titled "Pratiche (Prat. CV lunedì (Rep. 114367))". The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar (Gestione documentale):** Contains navigation options like "Pratiche", "Contatti pre-stipula", "Preferiti", "Archivio Storico", and "Altri documenti". It also includes a "Vedi" section with radio buttons for "per Tipologia" and "per Cartelle", and a "Selezione pr" dropdown menu.
- Main Content Area:** A table listing documents under three categories: "Atto e allegati", "Documenti vari", and "Ricevute".
- Right Panel:** A preview of a document, showing a scanned page with a date stamp "0027 FEB 2006" and a signature.

Nome	Ultima modi...	Percorso
<b>Atto e allegati</b>		
Atto.oad	03/04/2006	...\
Atto.oad.lnk	05/04/2006	...\Ricevute
ATTO.PDF	05/04/2006	...\Allegati Da Inviare
Atto.pdf	05/04/2006	...\
<b>Documenti vari</b>		
Nuovo Documento altro.oad	05/04/2006	...\
Patente.JPG	24/07/2006	...\Immagini
<b>Ricevute</b>		
RDT_000000007730529_OK.pdf	04/04/2006	...\Ricevute
RDT_000000007730529_OK[1].pdf	04/04/2006	...\Ricevute
RDT_7730529.PDF	04/04/2006	...\Ricevute

# Software CRM e Notai

Gestione Accessi

Gestione Accessi

Scegliere una funzione...

- Accesso
- Modifica parola chiave
- Gruppi e Utenti
- o uscire
- Disconnettersi
- Uscita

### Utenti

Nome utente...	Descrizione	Gruppo
a.anton icelli	operatore tony	Studio
a.zuliani	Adelino Zuliani	Cienti
c.vila	Carla Vila	Cienti
d.alighieri	Dante Alighieri	Cienti
d.Colucci	Menica Colucci	Studio
f.allegretti	Allegretti Fernanda	
g.zleri	Giuseppe Zleri	Studio
l.schiavone	operatore luca	Studio
m.farina	mario farina	Cienti
m.Losavio	Marco Losavio	Studio
m.tribuzio	notaio marco tribuzio	Notai
n.bonaparte	Napoleone Bonaparte	Cienti
o.alessandrini	Olga Alessandrini	Cienti
p.saladini	Paola Saladini	Cienti

Nome utente: a.anton icelli  
Descrizione: operatore tony  
Gruppo: Studio  
Codice Fiscale:  
Attivo Nessuna scadenza

# Software CRM e Notai

SetaFacile! CRM - 127.0.0.1 - Fabio Mazzocchetti

Gestione Pratica Schede Pratica 77 Applicazioni Generali Personalizzazioni

Documenti Configurazioni Stile

Minute Parametri Amministrazione Informazioni Office Blu

Schede

- Scrivania
- Ricerche
- Applicazioni
- Utilità
- Pratica 77
  - Attività: 8
  - Note
  - Appuntamenti: 1
  - Comunicazioni
  - Documenti: 1
  - Istruttoria: 0/64
  - Parti e Oggetti
  - Applicazioni
  - Riassunto
  - Chiudi
  - Proprietà

Scheda Pratica 77 Parti e Oggetti Pratica 77 Istruttoria Pratica 77 Cartella Documenti Pratica 77

Scheda Pratica n. 77 Strumenti Stampa Fede! CRM

Ragione Sociale: agenzia immobiliare  
Indirizzo: via roma, 34 Città: torentino  
Telefono: 0733-988788 Fax: 0733-878766 Cellulare: 335370088  
Indirizzo e-mail: [info@agenziaimmobiliare.it](mailto:info@agenziaimmobiliare.it) Agente:  
Responsabile: Ilaria Refer.: fabio Data compl.:  
Attività in corso: In attesa di istruttoria Partita Iva:

Data	Descrizione
Attività (in Attesa del Completamento di attività precedenti) 7	
27/02/2007	ATTIVITA' DI: In istruttoria - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: Stesura Atto - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: Repertoriamento - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: Scadenario - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: Adempimenti - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: In attesa di stipula - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria
27/02/2007	ATTIVITA' DI: Pratica Chiusa - OGGETTO: COMPRAVENDITA - ADDETTO: fabio - RESPONSABILE: Ilaria - Ultima Attività Cor
Attività	1
Istruttoria	64
Appuntamenti	1

# Software CRM e Notai

## Una pratica in FACILE! CRM contiene:

- Gli atti e tutti gli altri documenti prodotti
- Le parti e gli oggetti della pratica
- Tutti i dati di registrazione
- Le attività o stati di avanzamento
- L'elenco dei documenti per l'istruttoria
- Gli appuntamenti con i clienti
- Le comunicazioni ricevute dai clienti
- Le annotazioni della pratica
- I fax e mail ricevute
- Le mail Internet associate alla pratica

## Con la pratica in FACILE! CRM si possono:

- Gestire dati ed adempimenti di un atto
- Immagazzinare i documenti ottici
- Gestire gli adempimenti pre stipula
- Gestire tutto il flusso di lavoro dal dall'apertura alla chiusura
- Assegnare responsabili ed addetti
- Assegnare un referente esterno (es agente immobiliare)

# Software CRM e Notai

## Operazioni in una pratica FACILE! CRM:

- Repertoriare automaticamente i dati dell'atto
- Predisporre lo scadenziario degli adempimenti
- Predisporre l'adempimento unico
- Predisporre gli adempimenti per il registro imprese
- Fatturare recuperando i dati dalla pratica o dal repertorio

## FACILE! CRM Visualizza la scrivania con:

- La lista delle pratiche in gestione
- Le attività in scadenza
- Le attività scadute
- Le annotazioni personali
- Gli appuntamenti in agenda
- I documenti elaborati negli ultimi 30 giorni
- Le mail e i fax ricevuti


# Premessa laboratorio

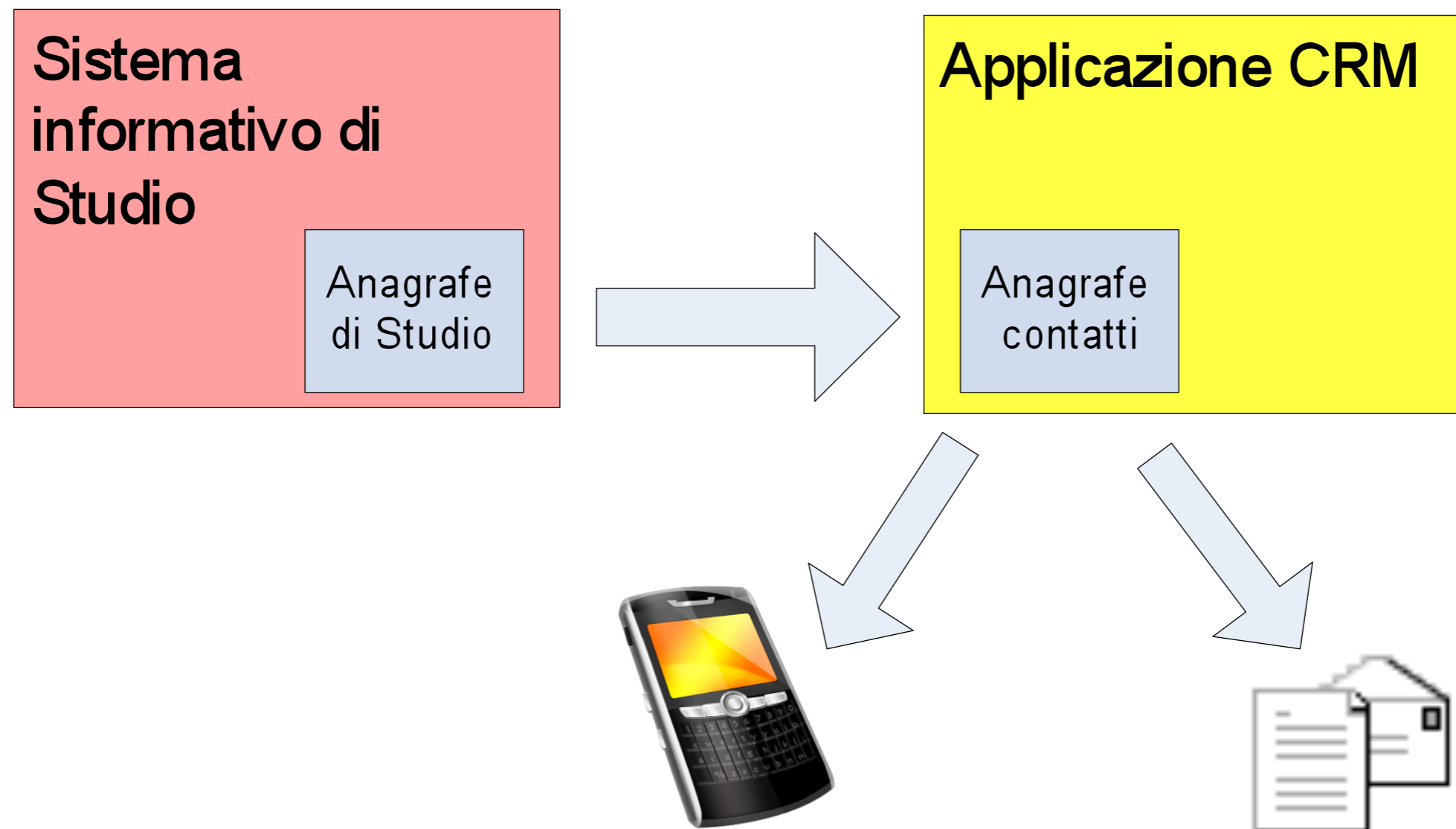
- La cura della relazione con il cliente (CRM) del Notaio richiede la raccolta, il **trattamento e la custodia di informazioni** personali che molto spesso sono archiviate in maniera non organizzata: anagrafiche, recapiti telefonici, indirizzi di posta, tipologia di servizi fruiti, esigenze manifestate ...
- Gli strumenti software sinora messi a disposizione dello studio notarile hanno preferito privilegiare il concetto di "**Pratica**" piuttosto che quello di "Persona"/"Cliente"
- le persone sono state considerate solo in ragione dell'esecuzione di adempimenti, per la loro partecipazione a negozi giuridici e per la conseguente indicazione nei pubblici registri.

# Premessa laboratorio

- La proposta progettuale vuole introdurre una visione nuova dei **soggetti** che a vario titolo frequentano lo Studio Notarile (Clienti, professionisti, imprenditori)
- offrendo la possibilità di censirli, tenere traccia dei momenti di contatto con lo Studio, acquisire informazioni dai sistemi di Studio e dagli atti
- al fine di gestire i contatti **proattivamente** per fornire nel modo migliore informazione o consulenza.

# Laboratorio

 Esempio di uso per invio SMS, lettere ed email, usando un sistema di CRM per la gestione di posta elettronica disponibile presso lo Studio





# Laboratorio

## Schema di architettura – Proposta tecnologica



- Servizio chiavi in mano in modalita' **outsourcing**
- Uso delle tecnologie **web**, nessun impatto sulle macchine dello Studio ne' manutenzioni in locale
- Necessita' di una **connessione internet**
- Gestione **sicurezza** negli **accessi** e nella gestione dei dati
- Maggiore sicurezza dei dati per **backup remoto** fuori Studio
- Accesso ai **dati di Studio** da parte di personale identificato
- Nomina di titolare di **trattamento** esterno di dati personali

# Laboratorio



Benvenuto, admin

Home Vendite Marketing Supporti **Attività** Collaborazione Report

Attività Calendario Emails Chiamate Riunioni Compiti Note

Ultima vista: Consulenza Mario Rossi info comunione telefono difettoso? Compravendita previsione spesa Nerone Immobili

## Scorciatoie

- Nuova Chiamata
- Nuova Riunione
- Nuovo Compito
- Nuova Nota o Allegato
- Chiamate
- Riunioni
- Compiti
- Note
- Email
- Oggi
- Importa

## Note: Consulenza

Contatto:	<a href="#">Mario Rossi</a>	Contatti
Telefono:	+39068283654	Ultima Modifica:
Indirizzo Email:		Data Inserimento:
Oggetto:	Consulenza	
Allegato:		
Nota:	acquisto prima casa ha dubbi sulla comunione dei beni forse acquista sua moglie interessato a fondo patrimoniale	

Tempo di risposta del server: 0.27 secondi.

© 2004-2009 SugarCRM Inc. The Program is provided AS IS, without warranty. Licensed under [GPL](#)

This program is free software; you can redistribute it and/or modify it under the terms of the

[GNU General Public License version 3](#) as published by the Free Software Foundation including the additional permission set f



# CRM Errori

- 📍 L'errore più comune in cui ci si imbatte quando si parla di Customer Relationship Management è quello di equiparare tale concetto a quello di un software.
- 📍 Il CRM non è una semplice questione di marketing né di sistemi informatici, bensì si avvale, in maniera sempre più massiccia, di strumenti informatici o comunque automatizzati, per implementare il management.

# CRM Errori

- Ogni azienda deve essere consapevole che:
- bisogna investire prima in strategia, organizzazione e comunicazione,
- solo dopo nella tecnologia.
- La scelta del software non ha alcun effetto sulla probabilità di successo.
- Ciò non implica che i software siano tutti uguali, ma significa solo che nessun software porterà al successo un progetto sbagliato.