



Gestione delle attività di marketing

Campagne di marketing di grande impatto e comunicazioni efficaci ed uniformi con Microsoft Dynamics CRM 4.0 per il marketing

I responsabili marketing possono finalmente disporre di strumenti efficaci di selezione e segmentazione dei dati, funzionalità all'avanguardia per la gestione delle campagne e soluzioni per un'approfondita analisi marketing che aumenta l'efficacia dei programmi, e ne misura i risultati. Il software aziendale Microsoft Dynamics® CRM 4.0 offre un set completo di funzionalità che consentono attività di marketing più incisive ed efficaci.

Microsoft Dynamics CRM 4.0 per il marketing



Le funzionalità di Microsoft Dynamics CRM evidenziate nel diagramma permettono alle organizzazioni di gestire con efficacia il ciclo di vita delle campagne e ottimizzare il marketing mix.

“Abbiamo apprezzato tutte le funzioni offerte da Microsoft Dynamics CRM per la gestione dei dati sui clienti e stiamo ulteriormente ottimizzando i nostri processi interni per sfruttare al massimo le potenzialità di questo prodotto. Oltre ai vantaggi già tangibili in termini di efficienza operativa dei nostri professionisti ritengo che questa soluzione applicativa possa essere sfruttata per potenziare la nostra attività di marketing grazie a una migliore visibilità sulle informazioni commerciali. La nuova versione di questo prodotto ci aprirà quindi nuove opportunità di gestione dei dati di business, che si tradurranno in un possibile aumento del nostro volume di affari e in un servizio ancor più puntuale per le aziende clienti”.

PAOLO JELMONI
Presidente,
Reginato e Mercante

“Microsoft Dynamics CRM ci permette di servire meglio i nostri clienti offrendo loro comunicazioni efficaci ed i prodotti innovativi che desiderano. Nei prossimi due o tre anni, la nostra implementazione di Microsoft Dynamics CRM farà risparmiare a Cold Stone Creamery diversi milioni di dollari”.

HEATHER DORR
Senior Manager, Marketing
Information Systems,
Cold Stone Creamery

PIANIFICARE MEGLIO

Le informazioni dei clienti possono essere trasformate in dati chiari e direttamente utilizzabili, grazie agli strumenti di analisi dettagliati che consentono all'azienda di rispondere rapidamente alle mutevoli preferenze dei clienti e alle nuove opportunità di mercato.

OTTENERE UNA VISIONE COMPLETA DEI CLIENTI

È possibile una precisa segmentazione delle informazioni dei clienti in base alle vendite effettuate e alle informazioni demografiche, permettendo una visione a 360 gradi della clientela.

ELABORARE IL CORRETTO MARKETING MIX

Le funzionalità di reporting e analisi permettono di valutare i risultati di campagne di marketing via posta, email, web e così via, in modo che l'azienda possa concentrarsi sui canali più efficaci.

GESTIRE PIÙ FACILMENTE LE ATTIVITÀ

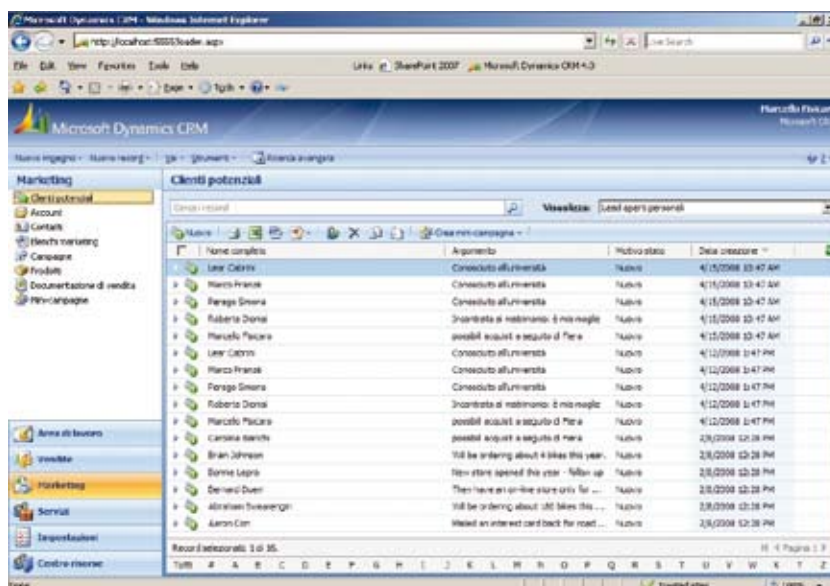
Avendo a disposizione funzionalità per la gestione delle relazioni con i clienti (CRM) come naturale estensione di Microsoft® Office Outlook® 2007, il gruppo di marketing sarà in grado di gestire i messaggi e-mail dei clienti, gli appuntamenti, le attività e i contatti da un'unica applicazione aziendale. Inoltre, grazie alla funzionalità di Microsoft Office Word 2007 “Mail Merge” è possibile creare comunicazioni marketing in tempi rapidi.

REALIZZARE CAMPAGNE PIÙ EFFICACI

Le efficienti funzionalità di selezione del target e segmentazione permettono di raggiungere i potenziali clienti, consolidare quelli esistenti e trasformare le campagne di maggior successo in modelli facilmente riutilizzabili.

OTTENERE VISIBILITÀ IN TEMPO REALE

Le funzionalità per la realizzazione di report e analisi dettagliate consentono di tenere traccia dei tempi di risposta, misurare il livello di interesse e monitorare in tempo reale i costi di ciascuna campagna e attività.



Le informazioni sui prospect possono essere consolidate e aggiornate all'interno di Microsoft Dynamics CRM. Sarà inoltre possibile lanciare campagne di marketing su queste liste di prospects.

PRESENTARE OFFERTE PERSONALIZZATE

Disporre di una visione completa di preferenze, relazioni e storico acquisti di ogni cliente permette di anticipare le future esigenze, di elaborare offerte efficaci di cross-selling e up-selling e di migliorare il livello di fidelizzazione.

SVILUPPARE ELENCHI CON MAGGIORE EFFICACIA

Creare liste: è possibile creare automaticamente elenchi statici o dinamici basati su account, contatti o lead, nonché utilizzare la funzione di ricerca avanzata per identificare i potenziali clienti in base a un'ampia gamma di criteri specificati dall'utente. È inoltre possibile importare elenchi con la garanzia di acquisire i dati in maniera accurata, utilizzando l'apposita procedura guidata.

Migliorare l'accuratezza dei dati: è possibile rilevare ed eliminare automaticamente i record duplicati presenti negli elenchi al fine di migliorare il grado di risposta e le prestazioni delle campagne. È inoltre possibile definire regole per gestire correttamente i duplicati.

Gestire la data privacy: per verificare che gli elenchi siano fin da subito basati su dati autorizzati dai clienti, sono disponibili funzioni native di monitoraggio del consenso per tutti i record relativi al contatto, che evitano la perdita di dati e migliorano i tempi di risposta.

CAMPAGNE DI MARKETING PIU EFFICACI

Gestire il ciclo di vita delle campagne: è possibile definire attività e materiali di marketing per l'intero ciclo di vita delle campagne, nonché definire budget e attività di follow-up su chi risponde.

Lavorare meglio grazie ad un'interfaccia utente familiare: è possibile sincronizzare automaticamente i messaggi e-mail e le informazioni su attività e contatti, grazie alla completa integrazione tra Office Outlook 2007 e Microsoft Dynamics CRM. È inoltre possibile creare e inviare comunicazioni per mezzo della funzionalità Mail Merge di Office Word 2007, nonché gestire i modelli mail merge da qualsiasi postazione, grazie all'interfaccia basata sul Web.

Monitorare le risposte: tenendo traccia delle risposte per ciascuna attività di campagna. È inoltre possibile convertire le risposte via e-mail in opportunità o lead, qualificare i lead e molto altro ancora con pochi, semplici clic.

Monitorare i risultati: è possibile generare in tempo reale report dettagliati che misurano le performance della campagna sulla base di fattori di misurazione standard, come ROI, tempi di risposta, costi per ogni singola risposta.

LANCIARE LE CAMPAGNE IN TEMPI RAPIDI

Pianificare e realizzare le campagne: sono disponibili modelli predefiniti da riutilizzare nelle campagne, ma è anche possibile creare campagne totalmente nuove. È inoltre possibile pianificare le attività relative alle campagne per l'esecuzione immediata o in precisi momenti successivi, nonché lanciare campagne in qualsiasi area geografica, sfruttando le potenti funzionalità multilingua e multivaluta.

Comunicare più professionalmente: il sistema consente di creare modelli per messaggi di posta elettronica dall'aspetto professionale, lanciare facilmente comunicazioni grazie alla funzione di Mail Merge, e convertire automaticamente le e-mail in contatti, lead e opportunità, a seconda delle regole impostate.

Definire le tattiche di campagna: è possibile scegliere le tattiche relative ad una campagna, quali comunicazioni via e-mail, chiamate telefoniche, fax o riunioni eventi e assegnarle al personale appropriato.

“Microsoft Dynamics CRM consente a Pumpkin Patch di realizzare campagne di direct marketing più mirate ed efficaci, con un conseguente aumento dei livelli di servizio e soddisfazione dei clienti”.

BRUCE WALKLEY
General Manager,
Pumpkin Patch

“Anziché effettuare centinaia di chiamate telefoniche per chiedere ai rappresentanti aziendali informazioni sull’andamento delle campagne, per completare questo progetto ci siamo affidati al sistema per l’invio di e-mail in blocco di Microsoft Dynamics CRM. Non vi dico quanto tempo e denaro risparmiato!”

SANDY CLIFFORD
Director of Market Technology
and IT,
United Way Greater Twin Cities

TRASFORMARE LE LEAD IN OPPORTUNITÀ COMMERCIALI

Gestire meglio il passaggio delle lead: con Microsoft Dynamics CRM ciascuna lead può essere assegnata alla persona più indicata, a seconda del prodotto, del territorio, dell’importo o di qualunque criterio basato sulle regole del flusso di lavoro definite.

Identificare nuove opportunità: monitorando in maniera intuitiva le relazioni tra clienti consolidati e potenziali, influenzatori e fornitori, allo scopo di identificare le nuove opportunità. Inoltre, le nuove funzionalità di identificazione delle relazioni di tipo “molti a molti” permette di comprendere e sfruttare gli scenari di business più complessi.

TRASFORMARE LE INFORMAZIONI IN “MARKETING INTELLIGENCE”

Identificare le tendenze e fare previsioni: introdurre nuovi prodotti e servizi in maniera efficiente, migliorare le opportunità di up-selling e cross-selling e allocare le risorse marketing sulla base di una piena consapevolezza delle tendenze e delle opportunità.

Migliorare la fidelizzazione: la visione del cliente a 360 gradi suggerisce con anticipo le azioni necessarie per mantenere alta la customer satisfaction oppure consente di premiare i clienti più fedeli.

Compiere analisi demografiche: segmentare i clienti in base al profilo demografico, in modo da individuare sul nascere le tendenze in materia di acquisti.

Dare visibilità al ROI di marketing: creare dashboard dettagliati e focalizzati per manager e dirigenti che evidenziano i principali parametri marketing e indicatori di prestazioni e aumentano il valore dei programmi di marketing.

Per ulteriori informazioni
su Microsoft Dynamics CRM
consultare il sito

www.microsoft.com/italy/dynamics/crm