

# CRM

## CONOSCENZA E AZIONE



**Software di CRM e BIG DATA:  
a che servono, senza COMUNICAZIONE?**



**MERCURIO MISURA S.r.l.**

Possedere le informazioni corrette è necessario: serve per individuare gli obiettivi, misurare il potenziale, decidere cosa fare e come farlo.

Avere le informazioni per “poter fare” non basta: bisogna **FARE**.

I “mercati” sono entità astratte che non comprano nulla: solo i clienti comprano.

Le aziende sono spesso convinte di avere le informazioni: ma quali sono quelle davvero utili? E di quali clienti? Gli attivi? I prospect?



## Quali clienti meritano la nostra massima attenzione?



Mercurio Misura dispone di un sistema integrato che unisce **CONOSCENZA** e **AZIONE**.

# LA CONOSCENZA

## PROBLEMA

*Si fa presto a dire "Database"...*



Ogni azienda commerciale si rivolge teoricamente a tutti i clienti presenti sul territorio, spesso migliaia o decine di migliaia.

Di queste entità commerciali si sa poco: i dati anagrafici, che si comprano, e i dati di vendita, se comprano e... Stop!

## SOLUZIONE

Con il nostro partner, *Marketing & Telematica*, disponiamo delle informazioni più importanti di CIASCUN cliente o prospect attivo sul mercato: dimensioni, vetrine, categorie trattate, addetti, fatturato (per classi), potenziale economico, decisore acquisti, zona geografica di influenza, mappatura geo-marketing, indirizzo email, riferimenti diretti interni, etc.

Un database sistematicamente aggiornato e in continua evoluzione garantisce la piena e perfetta conoscenza di **CHI** agisce sul mercato, e di **COSA** posso fare con lui.



# L'AZIONE

## PROBLEMA

*Ho il Database... e adesso?*

Dotarsi delle informazioni specifiche e dettagliate è il primo, fondamentale passo preparatorio. Poi bisogna passare all'azione, dando corso ad attività puntuali, mirate e sistematiche, che raggiungano gli obiettivi di sviluppo che l'azienda si pone. La numerosità dei prospect rende spesso difficile scegliere cosa fare: *"Come li approccio? Cosa gli comunico? Con che mezzi? Con che frequenza? E la mia forza vendita come la prenderà? D'altra parte voglio coprire meglio il territorio..."*

**...come utilizzare al meglio il Database?**

## SOLUZIONE

Da oltre 35 anni ci occupiamo di **Marketing Relazionale**. Il CRM è oggi la filosofia fondante delle nostre attività e per noi significa **acquisire e conservare i clienti**.



Azioni, mezzi e contenuti dipendono dal settore, dal prodotto, dal sistema distributivo, dal momento, dalla politica commerciale, ma...

**...avendo tutte le informazioni sui potenziali clienti, posso decidere:**

### COSA FARE

Comunicazione specifica  
Promozione commerciale  
Reclutamento  
Invito a evento  
Altro

### VERSO CHI FARLO

Dealer o clienti diretti  
Clienti A-B-C  
Zone geografiche  
Attivi o Prospect  
Visitati o non dalla Rete  
Altro

### COME FARLO

E-mail, DEM  
Telemarketing  
Visita personale  
Invio postale  
Altro

### QUANDO FARLO

Stagione  
Periodo commerciale  
Altro



MERCURIO MISURA S.r.l.

DAL 1958  
CONSULENTI DI DIREZIONE,  
MARKETING & DIRECT MARKETING  
CRM, CUSTOMER SERVICE, RICERCHE DI MERCATO,  
FORMAZIONE COMPORTAMENTALE, SICUREZZA SUL LAVORO

Via Rosso di San Secondo, 1/3 - 20134 Milano  
Tel.: +39.02.27797  
www.mercurio-misura.it  
relazionisterne@mercurio-misura.it