



BRAIN FORCE
smart IT for your business

Collaborazione e condivisione
nei processi di vendita

COLLABORAZIONE E CONDIVISIONE NEI PROCESSI DI VENDITA

BENEFICI PER IL CLIENTE

- **Automatizzazione dei processi di vendita:** l'impostazione di regole semplici e l'introduzione di automatismi (workflow) sull'intero processo permettono di guidare tutti i processi di vendita.
- **Condivisione delle informazioni sui clienti:** le informazioni sui clienti (telefonate, e-mail, visite ecc.) sono tracciate sul sistema CRM e quindi sono potenzialmente disponibili a tutta l'azienda, che riesce ad avere su di essi una visione a 360°.
- **Integrazione con strumenti di produttività individuale:** grazie all'integrazione nativa offerta dalla piattaforma Microsoft Dynamics CRM viene sfruttata pienamente l'integrazione con il sistema di posta elettronica, fornendo la possibilità di tracciare tutte le e-mail in ingresso e in uscita all'interno del CRM. Anche l'integrazione con strumenti di Office Automation, come Microsoft Word, rende disponibile nativamente la possibilità di impostare modelli di documenti (comunicazioni marketing, offerte, contratti, altro).

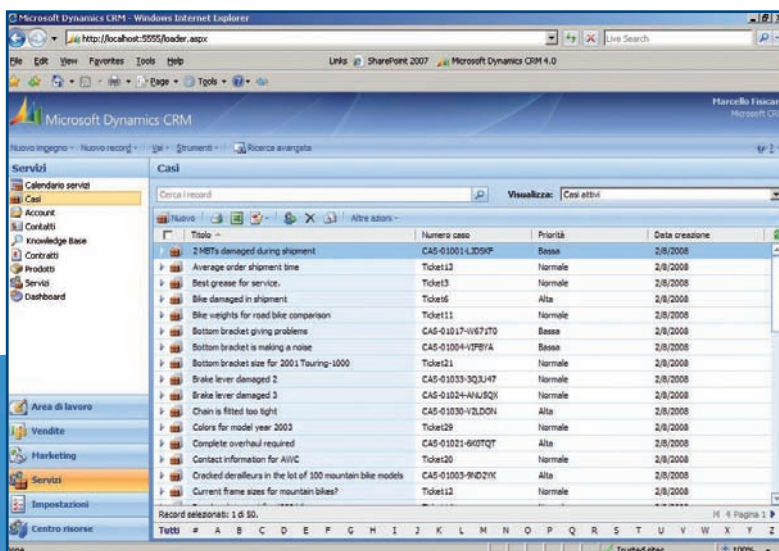
Descrizione sintetica della soluzione

Grazie all'esperienza di Brain Force e a Microsoft® Dynamics CRM, alcuni clienti hanno potuto realizzare scenari di collaborazione e condivisione all'interno dei propri processi di vendita. Tali scenari, per alcuni di questi clienti, sono stati resi possibili grazie anche all'introduzione di piattaforme di Collaboration quali Microsoft SharePoint® e Microsoft Office Communication Server. La soluzione è stata pensata e realizzata per aziende che hanno la necessità di gestire non solo le attività dei propri commerciali, le offerte, l'inserimento degli ordini, la gestione delle autorizzazioni, prezzi e sconti, ma soprattutto i propri processi di vendita.

Problematiche tipiche del settore

Alla base delle esigenze di automatizzazione della forza vendita esistono due concetti fondamentali: efficienza ed efficacia. Recuperare efficienza significa, per esempio, risparmiare tempo per telefonate in sede, scambi di e-mail o altro per ottenere informazioni che possono essere rese disponibili in un'unica schermata. Recuperare efficacia può voler dire, invece, concentrarsi sulle opportunità a più alta percentuale di chiusura o a più alto potenziale,

eliminando spreco di tempo e di risorse. All'interno di ogni azienda possono coesistere processi di vendita diversi (si pensi per esempio a un'azienda che effettua sia la vendita diretta sia quella indiretta). Ogni processo può avere inoltre più step da seguire e ciascuno di essi presuppone una o più attività. Provate a immaginare le difficoltà che le Aziende spesso incontrano nel trasferire al proprio personale operante nelle vendite un processo di vendita già di per sé difficile da seguire. La condivisione delle informazioni sui clienti (offerte, visite effettuate, argomenti trattati, numero di reclami aperti al Customer Service ecc.) diventa fondamentale ed è alla base di qualsiasi processo di vendita. Senza questo prerequisito diventa difficile collaborare e, di conseguenza, il management rischia di non avere la corretta visibilità circa l'andamento delle proprie vendite, in termini sia quantitativi sia qualitativi. Sapere, per esempio, che un proprio cliente appartiene a un Gruppo di Aziende, che per ogni azienda esistono venditori diversi che svolgono azioni diverse (telefonate, e-mail, visite, ecc.), ma che il contratto con questo cliente è unico e determina condizioni commerciali identiche in tutte le sue filiali, è un semplice esempio di come le informazioni condivise aiutino a collaborare, quindi a evitare azioni vane o addirittura controproducenti per l'immagine della propria Azienda e del proprio business.



Funzionalità specifiche per il settore

Miglioramento della **pianificazione** delle **vendite**:

- Set up dei territory e dei team di vendita per un'organizzazione più efficiente;
- Creazione e gestione di listini, sconti e gruppi di sconto e controllo sui prezzi di vendita al di sotto delle soglie decise dal management;
- Utilizzo di permessi "role-based" e "group-based" per una distribuzione delle informazioni e un accesso ai dati più semplice.

Automatizzazione della gestione dei **leads**:

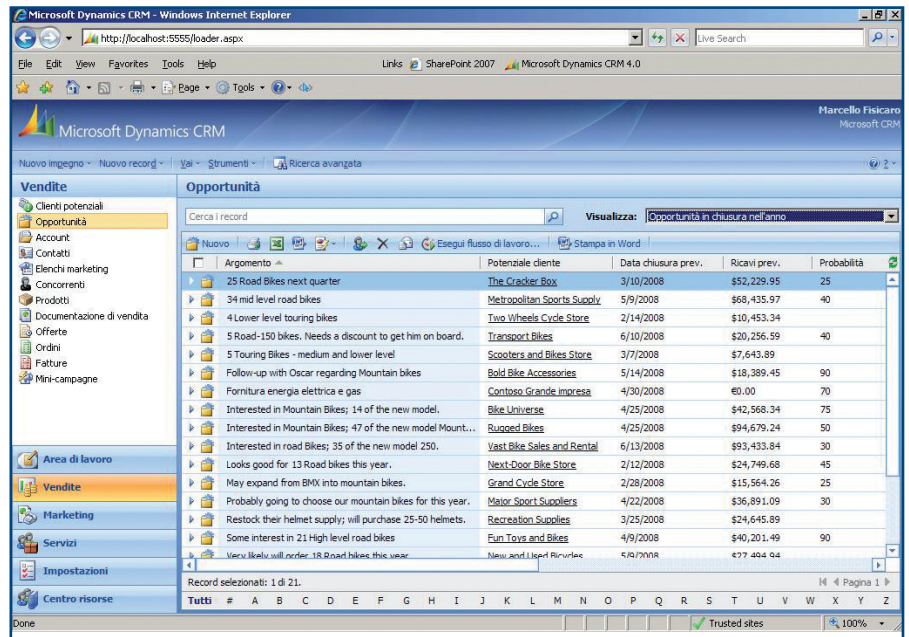
- Associazione automatica delle e-mail alle opportunità, ai leads o agli account;
- Assegnazione dei leads e dei task automatizzata;
- Semplificazione del processo di qualifica dei leads;
- Strumenti di segmentazione semplice dei dati al fine di generare leads a partire dalla propria "customer base".

Gestione delle **opportunità**:

- Creazione e monitoraggio di offerte personalizzate per ciascuna opportunità di vendita;
- Tracciabilità dei competitors;
- Implementazione di processi di vendita comuni a tutta l'Azienda.

Ottimizzazione della gestione dei **clienti**:

- Tracciabilità di tutte le attività e delle interazioni per ogni contatto e/o cliente;
- Identificazione degli "influencers" nel processo di vendita e definizione dei loro legami con uno o più clienti;
- Tracciabilità delle date e dei dettagli circa i rinnovi dei contratti;
- Definizione di relazioni "padre-figlio" in organizzazioni cliente complesse.



The screenshot shows the Microsoft Dynamics CRM interface within a Windows Internet Explorer browser. The main window displays a list of opportunities under the 'Opportunità' tab. The table includes columns for 'Argomento', 'Potenziale cliente', 'Data chiusura prev.', 'Ricavi prev.', and 'Probabilità'. The data is as follows:

Argomento	Potenziale cliente	Data chiusura prev.	Ricavi prev.	Probabilità
25 Road Bikes next quarter	The Cracker Box	3/10/2008	\$52,225.95	25
34 mid level road bikes	Metroopolitan Sports Supply	5/9/2008	\$68,435.97	40
4 Lower level touring bikes	Two Wheels Cycle Store	2/14/2008	\$10,453.34	
5 Road-150 bikes. Needs a discount to get him on board.	Transport Bikes	6/10/2008	\$20,256.59	40
5 Touring Bikes - medium and lower level	Scooters and Bikes Store	3/7/2008	\$7,643.89	
Follow-up with Oscar regarding Mountain bikes	Bold Bike Accessories	5/14/2008	\$18,389.45	90
Fornitura energia elettrica e gas	Contoso Grande Impresa	4/30/2008	€0.00	70
Interested in Mountain Bikes; 14 of the new model.	Bike Universe	4/25/2008	\$42,568.34	75
Interested in Mountain Bikes; 47 of the new model Mount...	Bugged Bikes	4/25/2008	\$94,679.24	50
Interested in road Bikes; 35 of the new model 250.	Vast Bike Sales and Rental	6/13/2008	\$93,433.84	30
Looks good for 13 Road bikes this year.	Next-Door Bike Store	2/12/2008	\$24,749.68	45
May expand from BMX into mountain bikes.	Grand Cycle Store	2/28/2008	\$15,564.26	25
Probably going to choose our mountain bikes for this year.	Major Sport Supplies	4/22/2008	\$36,891.09	30
Restock their helmet supply; will purchase 25-50 helmets.	Recreation Supplies	3/25/2008	\$24,645.89	
Some interest in 21 High level road bikes	Fun Toys and Bikes	4/9/2008	\$40,201.49	90
Venue likely will order 18 Road bikes this year.	New and Used Bicycles	5/6/2008	\$77,404.04	

Incremento della sales **productivity**:

- Utilizzo di Microsoft Dynamics® CRM all'interno di Microsoft Office Outlook®;
- Miglioramento della comunicazione e della collaborazione tra team grazie all'integrazione con i prodotti della famiglia Microsoft Office;
- "Promozione" dei contatti da Microsoft Outlook a Microsoft Dynamics CRM in pochi clic.

Miglioramento della gestione della **pipeline** di vendita:

- Aumento dell'accuratezza circa le proiezioni dei ricavi grazie a processi di forecasting guidati;
- Tracciabilità circa gli obiettivi di ricavo per data, periodo fiscale o altri criteri predefiniti;
- Identificazione degli andamenti su trattative vinte/perse e ottimizzazione del processo di vendita;
- Reporting vendite predefinito e disegnato sulla base dei ruoli (Sales Rep-Sales Mgr);

- Creazione di report ad hoc da parte dell'utente in pochi clic.

Semplificazione dei **flussi di lavoro**:

- Miglioramento della produttività grazie alla presenza di workflow strutturati a livello di singolo utente, team o organizzazione;
- Creazione e assegnazione automatica di task o attività al verificarsi di un determinato evento;
- Automatizzazione di approvazioni semplici e multilivello;
- Automatizzazione dell'assegnazione e della distribuzione dei leads;
- Impostazione di alerts al verificarsi di determinati eventi chiave al fine di prendere le dovute precauzioni in maniera proattiva.

Caso di successo

Company profile

Essere Benessere nasce come operatore sia nel settore della consulenza commerciale



e di marketing per le farmacie sia nella gestione diretta di farmacie e parafarmacie. Oltre a una forte crescita del numero di punti vendita diretti, la complessità organizzativa è data dai progetti relativi alla gestione di farmacie all'interno di nuovi canali distributivi (corner all'interno della GDO), ma soprattutto dall'importante progetto di affiliazione cui il mercato sta rispondendo con grande successo. Essere Benessere S.p.A. è un network di farmacie, parafarmacie e "Villaggi della Salute" che offre al cittadino un sistema integrato di servizi e competenze. Si propone come il luogo in cui, in ottica di continua innovazione del servizio, si è sempre alla ricerca di nuove soluzioni per le esigenze di salute e benessere delle persone.

Esigenze

I principali obiettivi attesi dall'implementazione di Microsoft Dynamics CRM in Essere Benessere possono essere così riassunti: ottimizzare e rendere più efficienti i processi che conducono all'affiliazione ("avere sempre più affiliati"); strutturare

un sistema di supporto agli affiliati che consenta un elevato livello di servizio e il pieno controllo della gestione dei servizi erogati agli affiliati ("non perdere chi si è già affiliato"). Il Management, con questo progetto, ha voluto inoltre promuovere internamente un forte e radicale cambiamento di mentalità che portasse tutto il personale a considerare le singole Farmacie non come semplici punti vendita di una rete di distribuzione ma come Clienti di Essere Benessere, fruitori dei servizi erogati dall'Azienda nell'ambito dell'ampio progetto di Affiliazione.

Avere a disposizione una piattaforma aperta (quindi facilmente integrabile con il proprio Portale), facile da utilizzare da parte dei propri utenti e che non richiede uno sforzo elevato in termini di apprendimento, sono stati alcuni tra gli elementi che hanno determinato la scelta di Microsoft Dynamics CRM.

I benefici della soluzione

I principali benefici derivati dall'adozione di Microsoft Dynamics CRM sono i seguenti:

- processo di analisi preventiva sotto controllo, partendo dalle prime fasi di ingaggio, fino alla chiusura positiva della trattativa;
- condivisione delle attività svolte sui clienti e sui potenziali clienti: data la presenza di coordinatori/agenti

affidenti alle diverse consociate su più aree del territorio nazionale, il beneficio più importante è stato ottenuto avendo una visibilità su tutte le attività svolte, evitando in tal modo l'eventuale sovrapposizione sul medesimo cliente anche in termini di produzione di offerta;

- standardizzazione del processo di affiliazione e della documentazione a supporto di tale processo: in questo ambito tutte le Business Unit di Essere Benessere hanno beneficiato di procedure comuni e di un processo di vendita strutturato in maniera identica, indipendentemente dalla propria dislocazione geografica.

Metodologia di progetto

Brain Force adotta la metodologia Microsoft Dynamics Sure Step, che unisce al project management le best practice, oltre a tool di semplice utilizzo che facilitano l'implementazione delle soluzioni Microsoft Dynamics. La gestione del progetto avviene per passi successivi, ognuno contrassegnato da precisi milestones, punti di controllo circa l'avanzamento delle varie fasi verificabili dal Cliente. Tale metodologia viene utilizzata da Brain Force sia per i progetti CRM sia per quelli ERP (Microsoft Dynamics NAV e Microsoft Dynamics AX).



BRAIN FORCE S.p.A.
Via Alessandro Volta, 16
20093 Cologno Monzese (MI)
Tel. +39 02 254427.1 - Fax +39 02 27300901
www.brainforce.it

