



*C'è chi fa del passato lo strumento per affrontare il futuro*

## L'analisi predittiva a supporto del Customer Service

# L'ANALISI PREDITTIVA A SUPPORTO DEL CUSTOMER SERVICE

## BENEFICI PER IL CLIENTE

Microsoft Dynamics® CRM consente all'azienda di monitorare l'intero ciclo di vita del cliente finale, dal contatto iniziale al servizio post-vendita. Il servizio clienti permette di:

- creare segnalazioni, impegni, appuntamenti ed eventualmente evidenziare nuove opportunità di vendita;
- interrogare lo status di ciascun cliente: ordini, fatture, richieste di assistenza, richieste di intervento, richieste di informazioni;
- tracciare le attività per singolo prodotto: certificati di garanzia, autorizzazioni agli interventi, gestione dei rientri, sostituzione di parti di ricambio o di prodotti obsoleti.

## 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 Customer Service. Alcuni scenari sono resi possibili anche grazie all'introduzione di piattaforme di Collaboration quali Microsoft SharePoint® e Microsoft Office Communication Server. I dati transazionali derivanti dalle funzionalità CRM di Customer Service, Vendite e Marketing assumono un valore più importante: diventano informazioni, le cui interpretazioni e le proiezioni nel futuro comportano un nuovo modo per approcciare il mercato. È possibile non solo osservare il passato per capire cosa sia successo, ma interpretarlo e proiettarlo nel futuro per comprendere cosa succederà. Grazie a strumenti di Data Mining e Predictive Analysis, le aziende possono mettere in atto importanti azioni, non solo correttive, ma anche preventive al fine di ridurre il più possibile il numero di clienti a rischio.

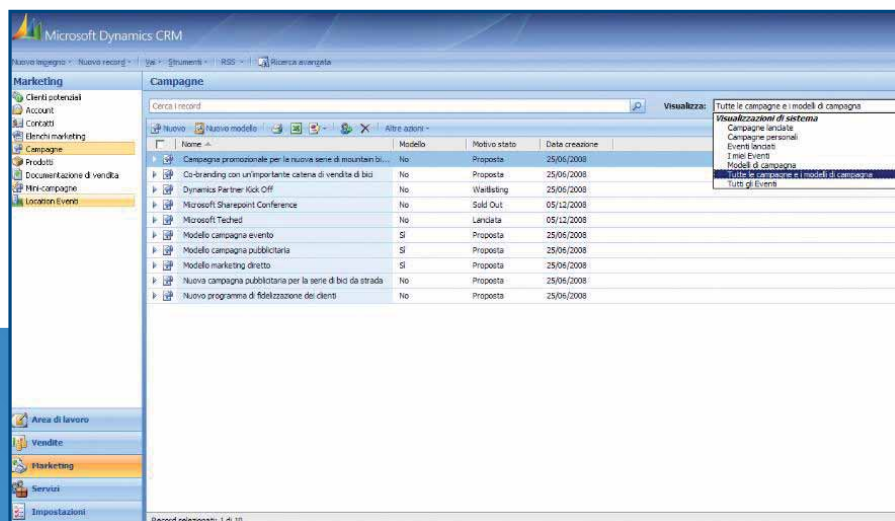
## Problematiche tipiche del settore

Alla base delle esigenze del Customer Service esiste un concetto fondamentale: avere cura dei propri clienti e, quindi, non perderli. Una base clienti fidelizzata

è un importante obiettivo per tutte le aziende. Negli ultimi anni, sono aumentati gli investimenti in applicazioni o altre iniziative finalizzate a mantenere o incrementare la fidelizzazione dei clienti. La sfida si basa sull'evidenza per cui, sebbene un'azienda possa fornire un ottimo servizio ai propri clienti, questo non sia sufficiente a garantire che un cliente rimanga fedele. Basti pensare a questo per comprendere quali sarebbero le conseguenze di un pessimo servizio! È vero che un cliente soddisfatto del nostro prodotto/servizio non ha motivo di cercare alternative? Sicuramente no! La nostra azienda può, infatti, modificare il mix di prodotti/servizi, subire una crescente competizione sul mercato, assistere a un cambiamento nelle esigenze dei clienti: tutte variabili che possono trasformare un cliente ormai acquisito in un cliente a rischio. Una soluzione efficace, che aiuti a gestire e mantenere alta la fedeltà dei clienti, anticipa il loro comportamento attraverso continue revisioni e analisi delle azioni e interazioni che essi hanno con noi. Nel caso in cui questo non avvenga, il "problema" ricade sul Customer Service, che rappresenta l'ultimo baluardo aziendale, l'interfaccia dell'azienda verso i clienti che, nel caso di risposte non soddisfacenti o di servizio scadente, iniziano a valutare la possibilità di cambiare fornitore.

## Funzionalità specifiche per il settore

- **Integrazione** con i sistemi di comunicazione aziendale (IVR, e-mail, Fax Server, sito Web);
- **Tracciamento automatico** delle relazioni (e-mail, Telefonate, Fax)



- Console **uniforme** di lavorazione delle interazioni con i clienti
- Importazione dati da sistemi informativi esterni e **centralizzazione** dell'interazione con i clienti
- Workflow strutturati finalizzati a uniformare le **procedure** di lavorazione
- Configurazione **template di comunicazione diversi** per cliente/gruppo di clienti (integrazione con Microsoft Word®)
- Reportistica per il **monitoraggio** degli SLA e per la **misurazione** delle performance del Contact Center
- **Contratti di manutenzione:** inserimento contratto, offerte di contratto e duplicazione; generazione rate; interventi programmati
- **Integrazione con ERP** per fatturazione; monitoraggio scadenze garanzie e contratti
- **Rapportini d'intervento:** inserimento rapportini, ricambi e voci di spesa; notifica via e-mail in caso di anomalie sui dati relativi al cliente
- Integrazione con ERP per **scarico magazzino**, parti di ricambio e fatturazione, stampa rapportino
- **Schede tecniche e manuali** disponibili su Intranet aziendale (Microsoft SharePoint)
- Gestione **calendari tecnici** e **reporting interventi**

Tutte queste funzionalità, finalizzate a rendere più efficiente il Customer Service, producono molti dati che, se aggiunti ai dati provenienti dalle Vendite, dal Marketing e da altri reparti aziendali, rischiano di non essere utilizzati, trattati e interpretati nel modo corretto.

The screenshot shows the Microsoft Dynamics CRM 4.0 interface within a Windows Internet Explorer browser. The main window displays a list of sales 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	\$52,229.95	25
34 mid level road bikes	Metropolitan 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	60.00	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...	Rugged 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 Suppliers	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
Very likely will order 18 Road bikes this year.	New and Used Bicycles	6/19/2008	\$77,484.94	

Le applicazioni di Business Intelligence, tra cui quella di Microsoft, si propongono di interpretare questi dati, aiutando a capire che cosa sia successo, quante volte, quanto spesso, dove sia il problema, quali azioni correttive debbano essere intraprese.

Per ottenere un vero beneficio è importante, infatti, determinare delle metriche che consentano di conoscere in anticipo il comportamento dei nostri clienti, aiutandoci a capire perché un evento si sia verificato, che cosa succede se un determinato trend continua o che cosa accadrà. Grazie a strumenti di Predictive Analysis e Data Mining, è possibile ottenere le risposte a queste domande.

In particolare, per il Customer Service, le funzionalità di Churn Analysis aiutano a individuare i potenziali clienti a rischio, sulla base del loro comportamento passato, grazie all'applicazione di algoritmi statistici.

Non va infatti dimenticato che riconquistare un cliente costa molto più che mantenerlo (circa 7 volte): tassi di churn elevati determinano perdite difficilmente sostenibili.

# Caso di successo

## Company profile

### Cicrespi S.p.A.

è un'azienda che progetta,



produce e integra sistemi per identificazione, tracciabilità e sicurezza di prodotti, processi e percorsi.

Grazie a continui investimenti in ricerca e sviluppo. Cicrespi segue, attraverso più business unit, diverse aree di mercato:

- **Industria:** sistemi per applicazione etichette su prodotti e imballi, sistemi controllo qualità
- **Brand Implementation:** Brand Management, segnaletica d'Ambiente, Comunicazione Digitale, Esposizione, Messaggi, Insegne
- **Sicurezza:** documenti, denaro, identificazione automatica, anticounterfeiting

## Esigenze del Cliente

Dal 1910 Cicrespi è un'azienda che punta all'innovazione e al costante supporto alla clientela; per questi motivi, Cicrespi ha scelto Microsoft Dynamics CRM.

Le principali esigenze che hanno portato Cicrespi a decidere di implementare una piattaforma CRM possono essere così riassunte:

- migliorare la gestione delle chiamate di assistenza sia nel pre sia nel post vendita;

- automatizzare il rapportino di intervento tecnico, tracciare le attività svolte sulle macchine, gestire le garanzie e i contratti;
- consentire ai tecnici l'inserimento e la stampa dei rapportini d'intervento quando si trovano presso il cliente, eliminando i rapportini cartacei;
- migliorare l'operatività degli utenti del Servizio di Assistenza Tecnica;
- integrare il gestionale basato su AS400 per clienti, ubicazioni, prodotti, matricole, fatturazione contratti e rapportini e scarico magazzini;
- gestire la documentazione relativa alle macchine.

## I benefici della soluzione

*Tra i principali benefici che sono derivati dall'adozione di Microsoft Dynamics CRM si evidenziano i seguenti:*

- miglioramento dell'operatività del Servizio di Assistenza Tecnica (SAT);
- data entry e operazioni controllate nell'inserimento dei rapportini di intervento;
- ottimizzazione del carico di lavoro del Servizio di Assistenza Tecnica;
- maggior controllo sulle scadenze delle garanzie e dei contratti di manutenzione e ottimizzazione dei processi di rinnovo dei contratti;
- reporting integrato e autonomia

nell'esecuzione di ricerche sulla base dati e conseguente reportistica associata;

- autonomia nella gestione del Sistema Informativo;
- autonomia nell'estensione del Sistema mediante la personalizzazione di Microsoft Dynamics CRM.

## Metodologia di progetto

Brain Force adotta la metodologia Microsoft Dynamics Sure Step, che unisce al Project Management le best practice, oltre a tool semplici da utilizzare, che facilitano l'implementazione delle soluzioni Microsoft Dynamics. La gestione del progetto avviene per passi successivi, ciascuno 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](http://www.brainforce.it)

