



Microsoft Dynamics CRM 4.0

Il successo della vostra organizzazione è strettamente correlato alla tempestività con cui siete in grado di rispondere alle mutevoli esigenze dei vostri clienti e alle strategie della concorrenza

In un mercato complesso come quello odierno, ottenere un vantaggio competitivo ed essere in grado di mantenerlo è più difficile che mai. La disponibilità delle informazioni, ovunque e in qualsiasi momento impone nuovi standard di comunicazione nelle relazioni con i clienti. Per un'azienda diventa quindi importante:

- ottimizzare l'attività di vendita e aumentarne la produttività;
- ridurre il tempo di chiusura delle trattative;
- acquisire nuovi clienti;
- fidelizzare i clienti esistenti creando nuove opportunità di vendita;
- attuare promozioni e campagne per raggiungere i clienti con l'offerta più efficace;
- controllare gli indicatori per valutare produttività, risultati e performance;
- analizzare risultati e tendenze per formulare previsioni di vendita più accurate ed attendibili;
- individuare rapidamente le criticità interne e quelle dei clienti;
- organizzare efficacemente il servizio clienti per assicurare tempi di risposta brevi e la risoluzione delle chiamate;
- migliorare la produttività e l'efficienza degli interventi di assistenza tecnica;
- aumentare il fatturato dell'assistenza attraverso l'offerta personalizzata di servizi e livelli di assistenza.

Microsoft Dynamics® CRM 4.0 offre una soluzione di facile utilizzo per il personale dei reparti di vendita, marketing e servizio clienti della vostra azienda. Tutte le informazioni relative ai vostri clienti saranno disponibili per prendere le decisioni migliori.

BENEFICI PER L'AREA VENDITE

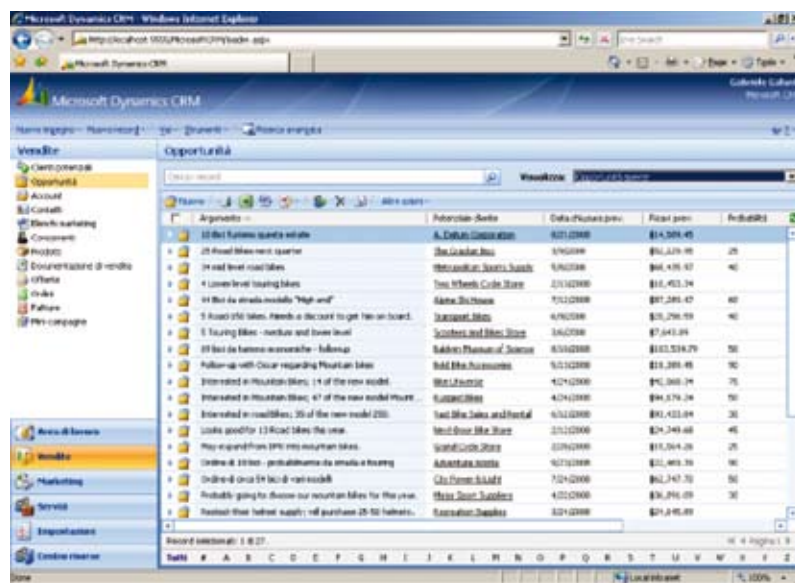
Con Microsoft® Dynamics CRM 4.0 la vostra azienda potrà:

- **ottimizzare l'intero processo di vendita** qualificando i potenziali clienti e assegnando anche in modo automatico un lead al venditore o al team più adatto;
- **gestire le opportunità** (trattative) tenendo traccia di tutte le interazioni con i clienti e seguendone gli sviluppi con un processo di workflow;
- **disporre del catalogo prodotti** con strutture prezzi a più livelli, unità di misura e opzioni di prezzo;
- **gestire venditori e territorio** creando zone di vendita, assegnando le quote a venditori e capi area, monitorando i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi;
- **supportare le attività di vendita** gestendo una raccolta di materiale di vendita e marketing, come le brochure e le informazioni sulla concorrenza; il monitoraggio della concorrenza è collegabile alle opportunità in base al prodotto o alla zona;
- **analizzare l'andamento delle vendite** per sviluppare le opportunità di cross-selling e upselling di prodotti e servizi;
- **avvantaggiarsi della condivisione delle informazioni** mettendo a disposizione dei venditori anche i dati del servizio clienti, facilitando la gestione delle opportunità attraverso una relazione consapevole con i clienti.

BENEFICI PER L'AREA SERVIZIO CLIENTI

Con Microsoft Dynamics CRM 4.0 la vostra azienda potrà:

- **gestire le chiamate** seguendo le richieste di assistenza dal contatto iniziale sino alla risoluzione attraverso l'accodamento e l'assegnazione automatica;
- **consultare la raccolta dei casi risolti** consentendo la rapida risoluzione di casistiche di supporto analoghe ai precedenti casi risolti;
- **gestire i contratti di assistenza** assicurando un'accurata fatturazione degli interventi conclusi;
- **disporre di una reportistica completa** al fine di comprendere al meglio le esigenze dei clienti, tracciando i processi dal servizio di assistenza e misurando il livello qualitativo delle prestazioni;
- **schedulare le attività del servizio clienti** assegnando il tecnico più idoneo e più gradito al cliente e pianificando l'assistenza grazie ad un'unica visione del calendario interventi dei vari centri di assistenza, con le relative risorse ed attrezzature.



The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM 4.0 interface. The main window shows a list of sales opportunities with columns for Name, Amount, Probability, and Product. The left sidebar contains navigation options like 'Venditori', 'Opportunità', 'Contatti', and 'Marketing'. The top navigation bar includes 'Home', 'Opportunità', and 'Processo vendite'.

Name	Amount	Probability	Product
10 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
20 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
30 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
40 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
50 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
60 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
70 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
80 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
90 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000
100 Best Italian pasta variety	600,0000	100%	100,0000

Grazie a Microsoft Dynamics CRM si possono consolidare le informazioni sui prospect e fare campagne ad hoc su liste selezionate.

BENEFICI PER L'AREA MARKETING

Con Microsoft Dynamics CRM 4.0 la vostra azienda potrà:

- **gestire le campagne commerciali e di marketing**, sia le campagne pianificate, che le cosiddette Quick Campaigns (campagne semplificate);
- **gestire le liste**, creandole da clienti, lead, prospect, con molteplici criteri di selezione, importandole da altre fonti e gestendole in funzione del variare dei dati;
- **prevedere le tendenze** attraverso gli strumenti di analisi dell'andamento delle vendite e dei servizi ai clienti, secondo precisi modelli, in modo da individuare e sviluppare le opportunità di vendita di un più ampio portafoglio prodotti (cross-selling) o di un maggior volume (up-selling);
- **fidelizzare i clienti** individuando le criticità e proponendo le offerte e i prodotti più indicati per quel tipo di cliente.

Funziona come lavorate abitualmente

Microsoft Dynamics CRM 4.0 ha un'interfaccia immediatamente comprensibile all'utente, è accessibile via Web o con Microsoft Office Outlook® e si integra direttamente con tutte le applicazioni di Microsoft Office, come Microsoft Office Word, Excel® e PowerPoint®, consentendo agli utenti di lavorare all'interno di un ambiente già familiare, con una formazione ridotta al minimo.

Funziona come il vostro business

Microsoft Dynamics CRM 4.0 è una soluzione flessibile, facilmente adattabile alle esigenze aziendali. Grazie a profili personalizzati gli utenti dispongono immediatamente delle informazioni più utilizzate nello svolgimento delle loro attività.

Funziona come la migliore tecnologia

Microsoft Dynamics CRM 4.0 si installa con pochi clic, si personalizza facilmente ed è semplice da utilizzare.

Dispone inoltre di strumenti per una facile integrazione con gli altri applicativi aziendali e utilizza tutta l'innovazione disponibile sulla piattaforma Microsoft. L'installazione è semplice grazie all'esecuzione dell'autodiagnosi e alla risoluzione guidata dei problemi per garantire un'operatività immediata.

La sicurezza delle informazioni e la tutela dei dati aziendali è garantita.

Grazie alla reportistica integrata generata con i Reporting Services di Microsoft SQL Server™ è possibile analizzare in modo semplice e personalizzabile qualsiasi dato o incrocio di dati gestito dal CRM.

Sia le funzionalità standard che le personalizzazioni sono utilizzabili anche off line, grazie alla sincronizzazione remota dei dati con la sede.

Funzionalità di Microsoft Dynamics CRM 4.0

VENDITE	Gestione opportunità	Converti i lead in opportunità monitorando l'intero ciclo di vendita grazie a regole di workflow personalizzabili.
	Gestione processi di vendita	Tramite metodologie di vendita e regole di workflow personalizzabili, è possibile garantire che le opportunità siano costantemente monitorate e che le trattative siano portate a termine in modo coerente ed efficace.
	Offerte	È possibile creare offerte accurate utilizzando un catalogo prodotti completo che supporta livelli di prezzo complessi, unità di misura e sconti.
	Fax integrato	Aumentare la produttività del personale consentendo agli utenti di creare, inviare e ricevere fax direttamente dal proprio PC.
	Gestione ordini	Convertire le offerte in ordini che possono essere modificati e salvati fino al momento della fatturazione.
	Gestione della forza vendita	Gestire il territorio e la forza vendita creando zone, assegnando le quote ai venditori e seguendo il processo di vendita sul territorio con automatismi di workflow e una reportistica specifica.
	Documentazione di vendita	È possibile creare, gestire e distribuire materiale per la vendita e il marketing, come brochure, guide di approfondimento e informazioni sulla concorrenza.
SERVIZIO CLIENTI	Gestione casi	Creare, assegnare, gestire e distribuire le richieste di assistenza per ogni singolo caso da una posizione centrale.
	Visualizzazione completa delle informazioni sui clienti	È possibile consultare tutti i dati sui clienti per comprendere meglio le specifiche esigenze e farvi fronte più efficacemente.
	Routing e accodamento automatizzati	Utilizzare regole di workflow personalizzabili per inoltrare automaticamente le richieste di intervento.
	Messaggio di risposta automatica	Grazie ai modelli e regole di workflow personalizzabili è possibile generare ed inviare messaggi di risposta automatica alle richieste dei clienti.
	Gestione della posta elettronica	Per tenere traccia delle comunicazioni con i clienti, i messaggi di e-mail relativi a un cliente vengono associati al record del cliente.
	Pianificazione dei servizi	Gestire e pianificare con facilità i servizi anche complessi, utilizzando efficacemente le risorse e le attrezzature dei vari centri operativi.
	Knowledge Base	Permette di risolvere rapidamente i casi frequenti consultando la base dati, aggiornata con gli strumenti di revisione a disposizione.
	Contratti di servizio	Creare o gestire i contratti di servizio, aggiornati automaticamente con i dati derivanti dalla risoluzione dei casi.
MARKETING	Campagne di marketing	Pianificare la strategia di marketing sulla base di budget e spese, codici promozionali, prodotti target, materiale di marketing e altro ancora.
	Creazione e gestione di liste	Creare e gestire liste per specifiche campagne, in base ai dati disponibili su contatti, lead o clienti, integrabili con le informazioni provenienti da altre fonti dati.
	Modelli di campagne	Ogni campagna può essere riutilizzata come modello per quelle future.
	Esecuzione di campagne	Tenere traccia delle attività relative a una campagna, importare lead, convertirli in opportunità, visualizzare i dati relativi a costi e prestazioni e altro ancora.
	Tracciare e misurare le attività di marketing	Grazie agli strumenti di Business Intelligence si possono analizzare le prestazioni della campagne, sulla base delle opportunità generate, del costo rispetto ai risultati, delle performance dei prodotti in campagna, o altri criteri definiti.
Le funzionalità di vendita, servizio clienti e marketing e le personalizzazioni sono utilizzabili da Microsoft Outlook anche in assenza di un collegamento (off line), grazie alla sincronizzazione remota dei dati con la sede.		

Per saperne di più sul modo in cui Microsoft Dynamics CRM 4.0 aiuta le aziende a consolidare le relazioni con i clienti:

www.microsoft.com/italy/crm/

REQUISITI DI SISTEMA: Microsoft Business Server 2008