

RELAZIONE FINALE

BANDO VOUCHER DIGITALI I4.0 Anno 2022 - CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI PIACENZA

DENOMINAZIONE IMPRESA: Infor Piacenza Srl

PROGETTO

Il progetto ha riguardato due punti fondamentali per l'evolvere della strategia commerciale:

- implementazione di un sistema CRM aziendale più performante rispetto a quello già in uso
- attività di digital marketing

In particolare, per la parte riguardante il CRM, la consulenza si è sviluppata attraverso una fase di Assessment iniziale.

È stata condotta una prima riunione con i vari stakeholder di progetto per andare ad evidenziare quelle che erano le necessità del lavoro in modo da allineare tutte le risorse con le operazioni da svolgere. L'obiettivo era quello di individuare lo strumento più corretto e di conseguenza le configurazioni più appropriate in base all'utilizzo che i dipendenti di Infor Srl dovevano svolgere con il CRM.

Alla fase di assessment hanno partecipato:

- Isabella Negri (collaboratrice facente parte del gruppo Value, in qualità di project manager)
- Giulio Drei (titolare del gruppo Value, in qualità di consulente sul processo di avvio di un sistema di CRM)
- Elena Paraboschi (responsabile commerciale di InforPC)
- Mirella Braghieri (account di InforPC)
- Nadia Braghieri (account di InforPC)
- Marcello Pavan (Pm tecnico di H2H)
- Salvatore Campitiello (Crm Specialist di H2H)

La fase successiva ha riguardato la software selection.

Sono stati analizzati diversi prodotti online, evidenziandone vantaggi e svantaggi e la scelta finale è ricaduta sul servizio Hubspot.

È stata attivata una prima versione free, che grazie al supporto di H2H è stata configurata in maniera specifica rispetto alle esigenze emerse da parte di InforPC nella fase di assessment iniziale.

Successivamente sono stati inoltre delineati vari scenari di evoluzione, valutando anche i relativi costi di licenza, ma per il momento si è deciso di mantenere la versione gratuita, con una prima evolutiva che riguarderà l'attivazione della licenza per Hub Marketing nel 2023.

In seguito all'account e alla sua configurazione, è stata fatta una prima attività di pulizia ed importazione dei contatti dal vecchio sistema di CRM (VTiger) ad Hubspot.

Con il mese di novembre, è stato avviato l'utilizzo e ad oggi tutti i contatti vengono gestiti direttamente in Hubspot.

Parallelamente a questo, sono state previste una serie di attività collaterali di digital marketing per potenziare i risultati derivanti dall'utilizzo del CRM.

In particolare:

- Definizione della strategia di Digital Marketing orientata alla ricerca di nuovi clienti

- Implementazione della strategia tramite canali Social e attività di Copywriting.

È stato redatto un PED che è stato rispettato completamente, tramite la pubblicazione sia di articoli per il blog (Seo oriented) che di post per i social (Linkedin).

Nelle attività di consulenza e progettazione attenzione è stata rivolta all'intero eco-sistema formato da diversi media e touch-point e considerando le relazioni causa-effetto tra tutti i canali coinvolti, grazie all'analisi dei dati.

In particolare, si è data priorità alla modularità, versatilità e adattabilità del sistema affinché le soluzioni selezionate si possano adattare al cambiamento delle condizioni esterne e del mercato di riferimento in cui l'azienda opera da anni.

LOCALIZZAZIONE

Infor Piacenza Srl – via Govoni. 43 – 29122 Piacenza

FINALITA' DEL PROGETTO

Il progetto ha consentito di ottimizzare i processi di vendita per il personale InforPC e di acquisto per il cliente finale, sia in termini di gestione di rapporti commerciali con clienti e fornitori, sia in termini di operatività interna aziendale.

Grazie al sistema di CRM, infatti, è ora possibile avere a disposizione velocemente e facilmente, tutta una serie di informazioni che consentono ai commerciali di proporre al cliente finale delle offerte mirate sulle sue esigenze, senza rischiare di fare proposte troppo generiche che potrebbero "cadere" nel vuoto.

A supporto della parte operativa commerciale, il progetto ha contribuito a migliorare la comunicazione e la promozione dei servizi offerti tramite operazioni di digital marketing.

Queste attività hanno consentito sia una maggior diffusione del brand, rendendo InforPC noto ad un maggior numero di persone, che una maggior facilità di "essere trovati" grazie alle attività SEO.

RISULTATI OTTENUTI

NB indicare i risultati concreti ottenuti grazie all'intervento realizzato

Nel breve periodo:

- ottimizzazione dei processi di vendita che conseguentemente si traduce in una migliore gestione del tempo dedicato alle attività con un risparmio di tempi e costi, ma anche in offerte più mirate sulla base dello storico di informazioni raccolte per il cliente;
- miglior posizionamento del sito nella fase di ricerca, dimostrabile tramite apposite analisi che sono state redatte.

Nel medio/lungo termine: si ritiene che i punti sopra possano essere migliorati ulteriormente nel prossimo semestre, grazie al proseguo dell'utilizzo del CRM, che grazie all'utilizzo attivo dello strumento

potrà aiutare nella definizione di nuove ottimizzazioni e migliorie, sia lato attività SEO, che continueranno ad aiutare il sito nella sua “scalata” di posizioni della SERP di Google.