

SETTORE DI
APPARTENENZA
AZIENDA CLIENTE
Imballaggi

ESIGENZA E RISULTATI ATTESI

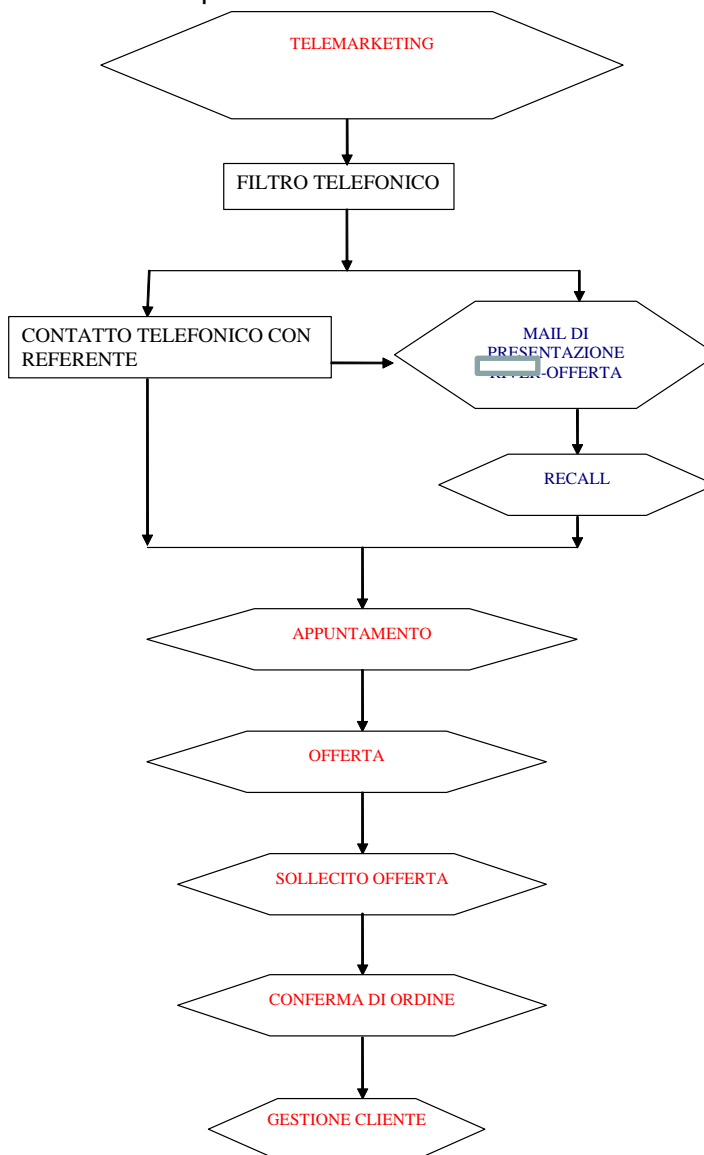
Progettare un sistema interno di gestione commerciale basata sull'analisi delle informazioni di tutta la filiera commerciale: Redemption Telemarketing, appuntamenti generati e risultati delle trattative commerciali degli agenti.

L'Azienda necessitava di un modello di analisi capace di elaborare in maniera semi-automatica i dati registrati nel CRM e i dati di Vendita

SCHEMA DELL'INTERVENTO

Sales Maker ha progettato ed ottimizzato la **registrazione delle informazioni sul CRM** in uso in Azienda, affinché le informazioni basilari venissero codificate e quindi **controllate e monitorate dalla Direzione**.

Ogni singolo evento è stato creato nel CRM seguendo tutte le attività della Filiera Commerciale qui sintetizzata:



CASE HISTORY

La registrazione delle Informazioni, ha consentito un'analisi periodica alla Direzione per misurare e quindi storicizzare le performance commerciali del Back Office e di ciascun Agente.

La Direzione disporrà così di indicatori (cruscotto commerciale) che supporteranno il processo decisionale

**Sales
Maker**

IL MIGLIORAMENTO DEI
RISULTATI DI VENDITA

www.salesmaker.it
info@salesmaker.it
Tel. 0331/677894

SETTORE DI
APPARTENENZA
AZIENDA CLIENTE
Imballaggi

ESIGENZA E RISULTATI ATTESI

Progettare un sistema interno di gestione commerciale basata sull'analisi delle informazioni di tutta la filiera commerciale: Redemption Telemarketing, appuntamenti generati e risultati delle trattative commerciali degli agenti.

L'Azienda necessitava di un modello di analisi capace di elaborare in maniera semi-automatica i dati registrati nel CRM e i dati di Vendita

SINTESI E CONCLUSIONI

Mensilmente la Direzione dispone oggi di diversi supporti informativi:

- **Analisi Telemarketing, con l'indicazione delle Redemption ottenute**
- **Sintesi Risultati di Vendita e andamento rispetto al Pianificato (standard) e al consuntivo anno precedente**

Per questo si è predisposto un modello di analisi che elabori in maniera semi-automatica i dati registrati nel CRM e i dati di Vendita.

L'insieme delle informazioni tratte da tali strumenti deve consentire alla Direzione di agire mediante azioni strategiche e/o tattiche.

L'azienda dispone oggi di un **sistema informativo** che può consentire l'analisi della gestione aziendale.