

What people want

TEXT Sergio Matteoni - Silvia Fergosti



to al cliente, indubbiamente presente, manca di un elemento essenziale: la disponibilità e l'utilizzo di informazioni sulle sue aspettative e preferenze.

Adesso la scena si sposta a Washington, siamo nel 2054 ... Jon Anderton è a capo di una squadra di polizia speciale, che riesce ad arrestare i colpevoli, prima che commettano i loro crimini, grazie all'utilizzo di una tecnologia all'avanguardia...

Nel film "Minority report" (Regia di Steven Spielberg, Dreamworks Pictures, USA, 2002), Tom Cruise impersona il detective responsabile della squadra. Entra in un punto vendita di abbigliamento e, superata la porta d'ingresso, uno scanner legge la retina e richiama tutti i dati che lo riguardano pertanto un addetto lo saluta chiamandolo per nome e gli dà il benvenuto nel negozio. Subito dopo entra un secondo cliente, e lo stesso addetto lo riconosce, chiedendogli se può proporre un altro articolo, simile a quelli acquistati in precedenza. In questo caso, la conoscenza del cliente è approfondita, accurata, sicuramente coadiuvata dalla tecnologia e dall'utilizzo di metodi scientifici e la personalizzazione del rapporto con il cliente è massima.

Tutte quelle azioni, strumenti, tecniche di comunicazione, domande ed informazioni che transitano tra il cliente ed il fornitore sono riassunte nell'acronimo CRM che significa Customer Relationship Management (Gestione delle relazioni con il cliente).

Nel mondo del reale, il CRM non rap-

presenta ancora una forma di marketing 1 ad 1 così evoluta come nel film "Minority Report", ma le imprese hanno ormai abbandonato o stanno sempre più abbandonando il marketing di massa, per adottare, ciascuna con i propri tempi e modalità, una politica cliente-centrica. Le applicazioni di orientamento al cliente o di cliente-centrismo sono infatti sempre più diffuse e ciascuno di noi come consumatore, utente e manager ne è sempre più coinvolto. Le applicazioni di CRM ci coinvolgono in sempre più settori ed in una molteplicità di situazioni con modalità di contatto molto variegata. Se ciascuno di noi quindi è coinvolto ogni giorno nel CRM, in qualità di cliente, lo è anche, in modo esattamente identico ma speculare, in qualità di "fornitore" come soggetto che lavora in una azienda. Se è vero che il CRM in se è un modo di lavorare, un sistema di vita aziendale che deve coinvolgere ogni singola persona che compone i reparti chiave dell'azienda stessa, è sicuramente altrettanto vero che una componente essenziale di esso è la tecnologia che acquisisce i dati, li coadiuva e li rende fruibili in maniera efficace ed efficiente.

Questo è il primo articolo di una rubrica ideata per diffondere una nuova cultura aziendale basata su strategie di relazioni modellate sul cliente supportate da avanzate tecnologie informatiche proprie dell'esperienza e dalle competenze commerciali delle grandi multinazionali.

Fino a quando non si identifica e non si conosce esattamente l'ammontare del profitto da un determinato cliente non è possibile sapere quanto tempo, quanto sforzo e quanto denaro è possibile investire per acquisire quel cliente" J.Abraham, *Getting everything you can out of you've got*. La scena si svolge a New York negli anni 90... un affermato dirigente pubblicitario sta testando creme di bellezza da donna davanti allo specchio... Nel film "What women want" (Regia di Nancy Meyers, USA, anno 2000) l'attore Mel Gibson impersona un responsabile di una campagna pubblicitaria per prodotti di cura del corpo destinati al target femminile. Decide quindi di provare collant, creme per il viso, rossetti, e prodotti per la depilazione per capire cosa "possano volere le donne da questi prodotti". La mancanza di informazioni su questo target lo porta all'utilizzo di sistemi poco convenzionali per la progettazione della campagna pubblicitaria. In questo caso l'orientamen-

WORKLAND
CRM
sviluppa *il tuo business*

Netaccess srl - via Pacinotti, 2 - 56029 Santa Croce sull'Arno (PI)
Tel. 0571-366980-367749 - Fax 0571367755
www.netaccess.it - info@netaccess.it