

la *mente* è come il paracadute funziona solo quando è *aperta*

TEXT Sergio Matteoni

Johann Goethe, uno dei più grandi letterati tedeschi vissuto tra la fine del '700 e l'inizio dell'800, non avrebbe certo pensato che un giorno una delle sue frasi più celebri sarebbe stata usata per

*“Comunicare l'un l'altro,
scambiarsi informazioni
è natura; tenere conto
delle informazioni
che ci vengono date è cultura”*
Johann Wolfgang Goethe

aprire un articolo in cui si parla di tecnologia. In realtà, allora come adesso, la capacità di comunicare e l'importanza intrinseca che essa rappresenta hanno la stessa valenza. Alla fine del '700 si usavano sicuramente mezzi diversi rispetto ad oggi ma il fine ultimo era sempre lo stesso, comunicare, raccogliere informazioni e tenerne di conto analizzandole successivamente. Oggi, a distanza di tre secoli, lo potremmo fare

meglio e più velocemente, ed uso il condizionale perché è solamente una questione di apertura mentale. In questi anni in cui ho avuto l'onore ed il piacere di inserire soluzioni di CRM in aziende che percepivano il cambiamento che si stava compiendo sul mercato, mi sono spesso sentito dire che l'azienda era troppo piccola per trovare vantaggio nell'assunzione di un tecnologia così all'avanguardia. Scoprendo poi che, soprattutto nelle aziende che “funzionavano”, i titolari, i collaboratori più stretti e spesso anche gli addetti alle vendite in realtà facevano già tutto quello che era necessario fare per “mettere al centro dell'attenzione il cliente”, solo che lo facevano con grande dispendio di energie, in maniera ridondante, disomogenea ed altamente legata all'interpretazione personale. L'utilizzo di un sistema informatizzato di tipo CRM porta l'azienda a comunicare con tutti i clienti come se ciascuno di essi fosse l'unico interlocutore importante, in quanto è l'azienda stessa, come entità superiore, che attraverso i suoi attori (agenti, tecnici, segreterie, uffici marketing, addetti all'assistenza post vendita) ascolta il cliente e tut-

to ciò che quest'ultimo ha da comunicare viene memorizzato ed usato per rendere il servizio oppure il prodotto più confacente alle esigenze di quel dato cliente. Se questo viene a mancare, se il comunicatore non ascolta, è come un giocatore di ping pong che non riesce a prendere la pallina quando gli viene ribattuta dall'avversario. Ecco che le occasioni si perdono, ed il fatturato diminuisce. Oggi grazie alle tecnologie ed alla facile reperibilità delle informazioni il livello di qualità dei prodotti si sta sempre più equalizzando ed ecco che la differenza la fanno le persone, i rapporti umani e l'attenzione che un'azienda dimostra nei confronti dei propri clienti. Purtroppo però le persone hanno una memoria limitata e quindi, se vogliono sfruttare al meglio le proprie potenzialità, devono “allearsi” con la tecnologia e farsi suggerire. Il CRM è proprio questo, un solerte e infaticabile maggiordomo, un gobbo elettronico pronto a suggerire informazioni utili a gestire una certa situazione o semplicemente a ricordarci che dobbiamo richiamare quel cliente a cui avevamo mandato un preventivo la settimana scorsa.

*“Le anatre depongono
le loro uova in silenzio.*

*Le galline invece
schiamazzano come
impazzite.*

*Qual è la conseguenza?
Tutto il mondo mangia
uova di gallina”*

Henry Ford



WORKLAND CRM
Tel. 0571.366980-367749 Fax 0571.367755
www.worklandcrm.it

**Novità per le imprese della Regione Toscana:
contributi a fondo perduto**
per l'acquisizione di consulenza
per l'innovazione organizzativa
e di soluzioni per il recupero di competitività