

Salesforce Marketing



“Salesforce per Google AdWords ci offre una quadro più chiaro riguardo la provenienza dei potenziali clienti e le parole collegate alle vendite effettive... Possiamo vedere le parole chiave che producono la massima redditività.”

— ServePath

Incrementare il valore in ogni parte del ciclo di vita del cliente

Come leader del CRM (Customer Relationship Management) on-demand, salesforce.com è consapevole dell'importanza di un sistema di vendite e marketing integrato. Salesforce Marketing è una soluzione di marketing a ciclo chiuso che consente agli operatori del marketing di gestire centralmente le campagne multicanale. L'integrazione con Google AdWords consente di gestire e monitorare le campagne di Search Marketing di Salesforce, contemporaneamente ad altre iniziative. La trasmissione dei nominativi dei potenziali clienti interessati è un processo automatizzato che garantisce che non vada sprecata la minima opportunità; la gestione dei materiali collaterali insieme ai modelli automatici di e-mail assicurano che la forza vendite disponga sempre di informazioni e messaggi aggiornati. Analisi e reporting in tempo reale offrono agli operatori del marketing gli strumenti idonei per valutare i risultati e orientare meglio le campagne verso i massimi risultati.

Tutte le funzionalità marketing di cui avete bisogno. Senza i fastidi.

Solo salesforce.com offre una soluzione on-demand in grado di rispondere alle molteplici esigenze di aziende di qualsiasi dimensione: piccole, medie e grandi. Salesforce offre al team di marketing una visione completa del cliente, condivisa in tempo reale con gli operatori di vendite e supporto; in tal modo sarà possibile garantire una migliore visibilità sulle campagne di marketing in corso e sul tipo di clienti a cui queste si rivolgono.

- ❖ **Gestire l'intero portafoglio di attività marketing.** Con efficaci capacità di gestione dei contatti e delle campagne, è possibile ottenere il massimo livello di efficienza dall'intera gamma di attività di marketing sia online che offline, incluso il Search Marketing. Salesforce consente di gestire i potenziali clienti, convertendoli in reali opportunità, assicurare la qualità dei dati e analizzare e documentare i risultati delle campagne.
- ❖ **Potenziare il canale.** Grazie alle capacità di gestione documentale di Salesforce, è possibile rendere prontamente disponibili al canale le ultimissime versioni del materiale collaterale di tipo critico. La capacità di Asset Management consente di sapere di quali prodotti dispongono già i clienti per poter in tal modo avviare un'efficace strategia per la realizzazione di campagne cross-sell.
- ❖ **Valutare l'impatto del fatturato.** La generazione, la gestione e il reporting dei potenziali clienti interessati e delle vendite è possibile in un sistema a ciclo chiuso che integra vendite e marketing. La valutazione dei risultati delle campagne si basa su sofisticate analisi in tempo reale. La rapida creazione di report e dashboard offre informazioni aziendali dettagliate. Report, grafici e tabelle adeguatamente personalizzati offrono una visione in tempo reale della realtà aziendale.

La soluzione di Salesforce.com offre più funzioni, più personalizzazione, più integrabilità e la migliore esperienza per l'utente finale. Il nostro modello on-demand ne assicura il dispiegamento immediato in qualsiasi parte del mondo, eliminando i costi diretti e indiretti per l'acquisto di software CRM tradizionale, mettendo al riparo da insuccessi, rischi inaccettabili e implementazioni prolungate.

Caratteristiche di Salesforce Marketing: i dettagli

Gestione delle campagne. Salesforce Marketing offre un unico punto di partenza per una corretta pianificazione della spesa per il marketing, la gestione di tutte le iniziative e campagne online e offline e l'analisi di prestazioni e risultati.

E-mail Marketing. Gli strumenti e-mail offerti da Salesforce consentono di pianificare e realizzare campagne e-mail di alto impatto mirate a clienti specifici. Salesforce comprende inoltre il monitoraggio integrato delle risposte per facilitare la valutazione dei risultati delle campagne e-mail.

Search marketing. Salesforce for Google AdWords consente alle aziende di gestire e valutare campagne di marketing basate su motori di ricerca direttamente da Salesforce. Ora gli operatori del marketing possono contare sulla completa visibilità e sul totale controllo sugli investimenti di Search Engine Marketing—in ogni singola fase, dalla selezione delle parole chiave fino alla chiusura del contratto.

“Con Salesforce, siamo riusciti ad avere un marketing più aggressivo e analitico. Ogni mese lanciamo parecchie campagne su diversi mercati verticali a livello mondiale. Ne monitoriamo il progresso, giustifichiamo le campagne che hanno un ritorno e il marketing aggiusta la mira di conseguenza.”

— Harris Interactive

Risposta automatica e-mail. Le risposte personalizzate alle domande dei clienti vengono trasmesse immediatamente con la funzione di risposta automatica e-mail di Salesforce. Le risposte possono essere personalizzate sulla base della tipologia della domanda o su informazioni specifiche fornite dal cliente.

Gestione dei contatti commerciali (Lead). La gestione efficace dei contatti commerciali e l'ottimizzazione del flusso di informazioni nel settore vendite e marketing sono fattori critici per il raggiungimento del successo. Con Salesforce è possibile tenere traccia delle domande dei potenziali clienti e trasmettere nominativi qualificati ai responsabili per consentire ai rappresentanti di stabilire un contatto immediato senza perdere alcuna opportunità commerciale.

Gestione degli elenchi. Le potenti capacità di List Management consentono di acquisire, organizzare e gestire con facilità tutte le informazioni relative a clienti consolidati, clienti potenziali e contatti commerciali. È possibile segmentare clienti consolidati e clienti potenziali per creare efficaci campagne mirate.

Dati di analisi del marketing. Gli strumenti analitici del marketing di Salesforce sono di facile uso e consentono ai manager di analizzare l'impatto delle campagne di marketing, stabilire quali attività generano il maggior reddito e valutare e dimostrare i risultati della spesa per il marketing.

Dashboard. I cruscotti personalizzabili offrono accesso immediato in tempo reale a dati e analisi necessari alla conduzione dell'azienda. Solo Salesforce offre strumenti wizard guidati da utilizzare per acquisire dati e parametri critici da molte divisioni e creare una visione integrata. I pratici strumenti di visualizzazione dei dati consentono di individuare facilmente le tendenze grazie a grafici, tabelle ed altra grafica.

Gestione della qualità dei dati. Il livello della qualità dei dati è fondamentale, in particolare quando si tratta di informazioni su clienti acquisiti e potenziali. Salesforce offre capacità qualitative di gestione dei dati che assicurano che il database dei clienti e dei potenziali contatti commerciali contenga dati validi e che sia privo di duplicati.

Automazione del flusso di lavoro. Salesforce offre capacità di automazione del flusso di lavoro facilmente personalizzabili per gestire meglio i processi di marketing dell'azienda. Il risultato è un maggior controllo sulle attività di routine e l'eliminazione delle operazioni ridondanti.

Gestione della comunicazione per le vendite. Perché gli addetti alle vendite dovrebbero partire da un foglio bianco per scrivere e-mail a clienti e possibili contatti? Gli operatori del marketing possono gestire modelli di e-mail in formato testo e HTML ulteriormente personalizzabili dal team di vendita che avrà così sempre a disposizione ottimi strumenti per creare messaggi di marketing della massima professionalità e congruenza.

Gestione dei materiali collaterali. Salesforce offre accesso istantaneo alle versioni più recenti dei documenti e dei materiali di vendita e marketing di cui hanno bisogno i team—da un'unica fonte. Salesforce svolge il ruolo di risorsa on-demand per i materiali di importanza critica offrendo un contenitore unico per il reperimento di efficaci documenti di comunicazione da qualsiasi località del mondo.

Gestione degli Asset. È importante sapere esattamente quali prodotti sono stati acquistati ed installati dai clienti per garantire l'eccellenza dei servizi di vendita offerti. Con Salesforce è possibile tenere traccia dei prodotti e dei servizi acquistati dai clienti. È inoltre possibile ampliare la gamma di opportunità commerciali conoscendo quali sono i prodotti della concorrenza che utilizzano.

Per ulteriori informazioni

Per saperne di più su come accelerare il successo della propria azienda nel CRM, rivolgersi al proprio responsabile commerciale.

Italia
Via Monte di Pietà, 21
20121 Milano
Italia
Numero Verde 800 782 619

Americhe
The Landmark @ One Market
Suite 300
San Francisco, CA 94105
USA
1-800-NO-SOFTWARE
www.salesforce.com

L'America Latina
Alfonso Napoles Gandara 50
4th floor
Col. Santa Fe
Mexico
Mexico 01012
+001-415-536-4606
www.salesforce.com

Giappone
Ebisu Business Tower 18F
1-19-19 Ebisu, Shibuya-ku
Tokyo, 150-0013
Giappone
+81-3-5793-8301
www.salesforce.com/jp

Asia/Pacifico
Suntec Tower Two
9 Tamasek Tower
Singapore, 038989
+65-6302-5700
www.salesforce.com/au

Europa, Medio-Oriente e Africa
2 rue Saint Louis
1110 Morges
Svizzera
+412-1-6953-700
www.salesforce.com