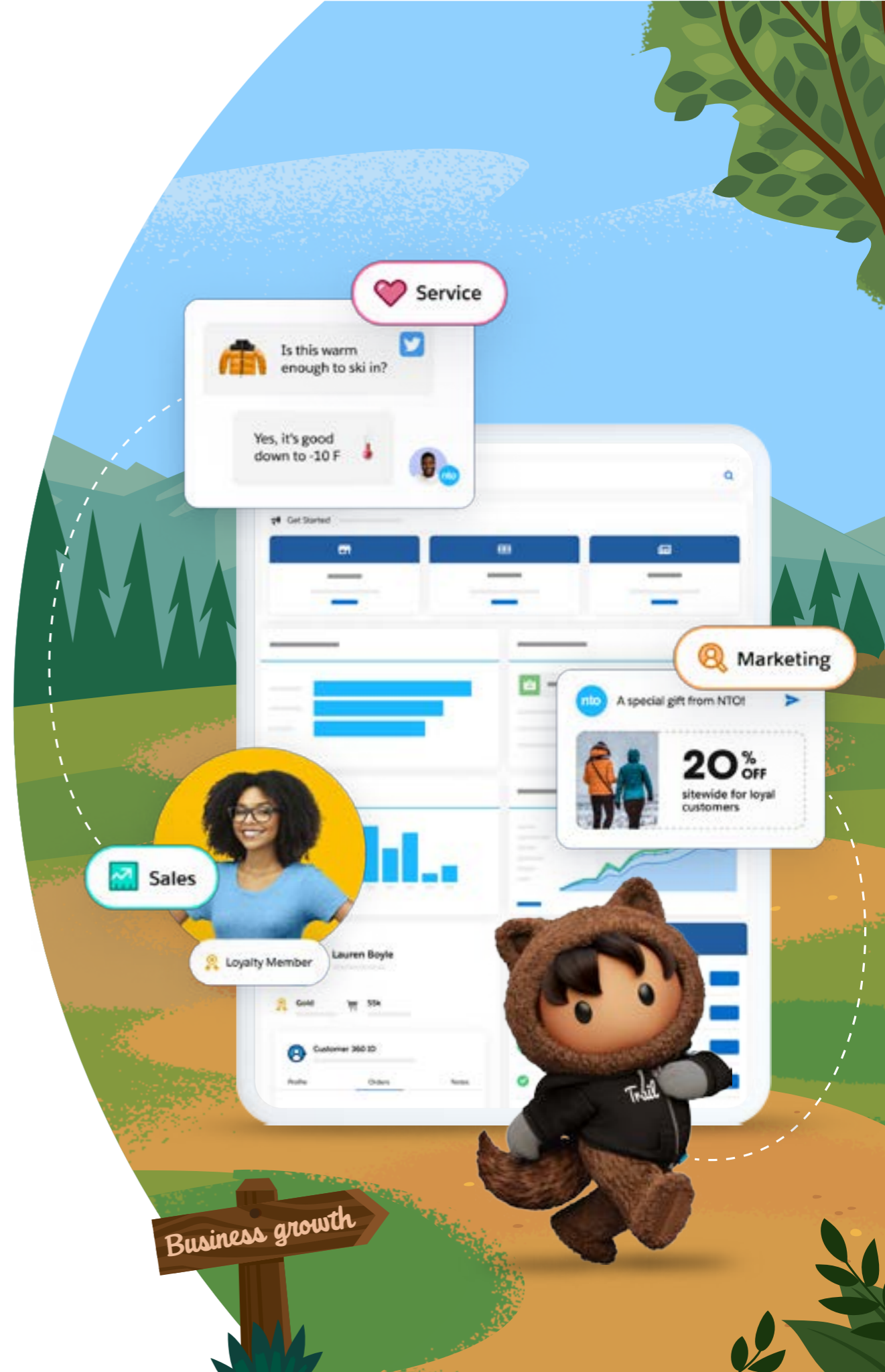


salesforce

# La Guida ai sistemi CRM per principianti

Come far crescere la tua azienda con la tecnologia per la gestione dei clienti



# Sommario

<b>Introduzione:</b> Che cos'è un CRM? .....	3
<b>Capitolo 1:</b> I segnali che indicano che hai bisogno di una soluzione CRM .....	4
<b>Capitolo 2:</b> Come il CRM può aiutarti a far crescere la tua azienda .....	5
<b>Capitolo 3:</b> Come creare una strategia CRM .....	9
<b>Capitolo 4:</b> Trovare il CRM adatto per la tua azienda in crescita .....	11
<b>Conclusione:</b> Massimizzare il ROI del tuo CRM .....	16



## Introduzione: Che cos'è un CRM?

L'acronimo "CRM" sta per customer relationship management, ovvero gestione delle relazioni con i clienti, e indica una tecnologia che archivia e gestisce tutti i rapporti e le interazioni della tua azienda con i clienti potenziali ed esistenti, da una singola posizione. Non si tratta, però, solo di una lista contatti. Una soluzione CRM è uno degli strumenti tecnologici più preziosi e innovativi per il modo in cui aiuta a utilizzare i dati dei clienti.

L'obiettivo del CRM è semplice: migliorare le relazioni della tua impresa per farla crescere. Un sistema CRM aiuta le aziende a rimanere in contatto con i clienti, a semplificare i processi e a migliorare la redditività. Puoi archiviare, monitorare e analizzare le informazioni riguardanti clienti potenziali ed esistenti, come informazioni di contatto e account, opportunità di vendita, richieste di assistenza, ordini di e-commerce

e campagne marketing, in un unico sistema di archiviazione. Potendo accedere ai dati da un'unica posizione, le organizzazioni hanno una panoramica completa dei clienti potenziali ed esistenti, e i diversi team dell'azienda possono condividerla e analizzarla in tempo reale. Inoltre, grazie all'AI inclusa nel CRM puoi ottenere informazioni approfondite, migliorare il processo decisionale e potenziare l'esperienza del cliente, riducendo al contempo i costi.

Il CRM può aiutare le imprese di piccole dimensioni a essere competitive con aziende più grandi e affermate.

SCOPRI DI PIÙ



# I segnali che indicano che hai bisogno di una soluzione CRM

Nelle fasi iniziali di un'impresa può sembrare adeguato utilizzare fogli di calcolo o prendere appunti sui clienti e sugli ordini in arrivo. Tuttavia, man mano che l'impresa cresce, questa tipologia di documentazione non solo diventa scomoda, ma può anche comportare perdite in ricavi, clienti e nuove opportunità.

È il momento di investire in un CRM? Ecco alcuni suggerimenti che possono aiutarti a prendere una decisione. Se ti ritrovi negli elementi di questo breve elenco, potresti voler esplorare i vantaggi di un CRM per aiutare la tua impresa a trovare, acquisire e mantenere i clienti in modo più efficiente.

**Scopri come altre imprese di settori diversi stanno utilizzando un CRM per gestire le loro attività.**

CONTINUA A LEGGERE

## È il momento di investire in una soluzione CRM?

Se ti rivedi in almeno cinque di queste affermazioni, è il momento di considerare un CRM.

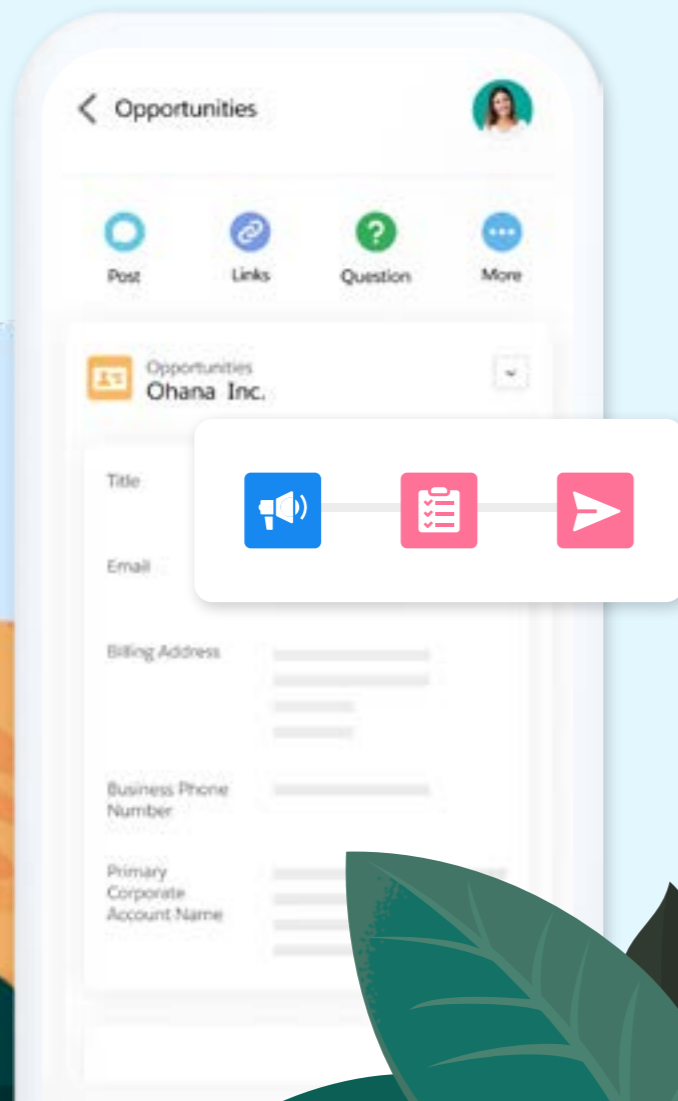
- I tuoi team collaborano a stretto contatto, anche quando non sono insieme
- I tuoi team di vendita e di assistenza clienti sono spesso in viaggio
- Hai poca o nessuna visibilità sulle interazioni con i clienti e non riesci a trovare subito i dati dei clienti per prendere decisioni rapide
- Trovi che la creazione di report sia lunga e macchinosa e desideri automatizzare le attività ripetitive
- Hai la sensazione di perdere nuovi contratti perché gestisci manualmente le informazioni dei clienti su fogli di calcolo e appunti
- Hai una miriade di app che chiami CRM, ma che non sono realmente connesse a un database unico o a un "sistema di archiviazione"
- La tua impresa sta crescendo velocemente e devi scalare i processi in modo rapido ed efficiente
- Non riesci a prevedere e pianificare le attività della tua azienda perché i dati a tua disposizione sono archiviati in sistemi diversi
- Sai che l'esperienza del servizio clienti della tua azienda è carente o perdi clienti a causa di problemi nell'assistenza
- Tu o il tuo reparto IT siete sommersi di richieste di manutenzione
- Hai bisogno di informazioni più approfondite su come si evolvono le attività nella tua azienda



02

## Come il CRM può aiutarti a far crescere la tua azienda

Le imprese crescono più velocemente acquisendo un flusso costante di clienti potenziali nuovi e qualificati, quando hanno più tempo per creare connessioni e vendere e risolvere rapidamente le richieste di assistenza.



Ecco solo alcuni dei modi in cui un CRM può aiutare la tua impresa a crescere su larga scala:

01

### Collegati con i tuoi clienti potenziali ideali.

Hai passato tempo e speso risorse ad attirare e generare nuovi lead, ma non sai come classificarli per ordine di priorità? Come fanno i tuoi team a sapere quali sono le opportunità migliori? Le opportunità possono presentarsi in varie forme ed è importante avere una strategia per coltivarle in modo diverso. Una soluzione CRM integrata aiuta a fornire a più reparti una panoramica completa di lead e clienti potenziali, permettendo di coinvolgerli in modo mirato e di contattare velocemente i decisori giusti.

Una soluzione CRM può migliorare le tue attività di marketing in una varietà di modi, come permettere agli utenti di gestire e automatizzare le campagne a goccia, fornire informazioni approfondite sul percorso del cliente e aiutare a monitorare le campagne di social media e il sentiment. Le piccole imprese possono anche utilizzare i dati per fare upselling, cross-selling e promozioni personalizzate, come consigliare prodotti correlati.

## 02 Gestisci attivamente le relazioni con i clienti.

Comprendi a fondo l'attività di un cliente, iniziando con una vista completa del loro storico con la tua azienda per sviluppare un legame forte basato sulla fiducia fin dall'inizio.

Un sistema CRM può aiutare un'organizzazione a:

- **comprendere le necessità dei clienti:** scoprire subito quali sono gli elementi per loro importanti (obiettivi, sfide e preferenze) e inviare automaticamente consigli personalizzati;
- **interagire con contenuti rilevanti:** raccogliendo dati sulle esigenze dei clienti, i team del marketing e dell'assistenza clienti possono consigliare promozioni pertinenti o contenuti istruttivi che aiutano il processo decisionale nel momento giusto;
- **estendere su larga scala i rapporti personalizzati:** in quanto impresa piccola (ma solida), i tuoi clienti ti apprezzano per l'esperienza personale che offri. Un CRM ti aiuta a monitorare le sfumature delle interazioni man mano che la tua azienda cresce acquisendo centinaia di clienti. Può raccogliere modelli di e-mail, configurare promemoria di attività e permettere di avere una panoramica a 360 gradi di tutto il ciclo di vita del cliente.

## 03 Riduci i costi di vendita.

I nuovi clienti sono un ingrediente fondamentale per una crescita continua, ma non è facile trovarli. La buona notizia è che puoi compensare i costi di acquisizione dei nuovi clienti con le vendite alla tua base clienti esistente. Ottenendo un quadro più chiaro su come ottimizzare i cicli di trattative, l'upselling, il cross-selling e le opportunità di rinnovo nel tuo portafoglio clienti, vedrai aumentare le vendite ripetibili grazie alla fiducia che hai già guadagnato. Con l'aiuto dell'intelligenza artificiale i team di vendita possono classificare le opportunità per ordine di priorità, identificare le azioni più efficaci per il passaggio successivo e creare comunicazioni personalizzate.



## 04 Aumenta la produttività del personale.

Con la scelta e l'impiego delle tecnologie giuste, i team non dovranno più occuparsi di attività altamente standardizzate e ripetitive e avranno più tempo per coltivare i contatti con i clienti. Le operazioni manuali, come la ricerca di informazioni di contatto o l'inserimento di dati, possono essere automatizzate o eliminate dai processi relativi ai clienti. L'automazione delle vendite, dei servizi e del marketing alleggerirà il lavoro dei dipendenti, che avranno quindi più tempo per parlare con i potenziali clienti e rafforzare i rapporti con quelli esistenti, facendo crescere la tua impresa. L'intelligenza artificiale può fornire loro informazioni dettagliate sulle prestazioni e sulle operazioni e aiutarli a prendere decisioni basate sui dati.

## 05 Migliora il tuo servizio clienti.

I CRM offrono una varietà di funzioni per migliorare il servizio clienti e renderlo più personale, tra cui capacità di risoluzione al primo contatto, monitoraggio dei contatti e registrazione delle chiamate. Inoltre, archiviando tutte le informazioni relative ai clienti in un unico luogo, gli agenti possono vedere rapidamente come un cliente ha interagito con l'azienda in passato e rispondere, a volte anche in via preventiva, a eventuali problemi che potrebbe riscontrare. Poiché un CRM contiene tutte le informazioni sui clienti, i tuoi rappresentanti possono interagire avendo conoscenza completa delle loro storie, accelerando così il processo e aiutando i clienti a sentirsi unici e apprezzati. L'intelligenza artificiale consente di generare rapidamente risposte pertinenti, rispondere alle richieste con chatbot e assistenti virtuali e promuovere efficienza e risparmi sui costi.

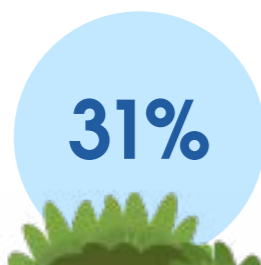


# 06

## Accresci la fidelizzazione dei clienti.

Avendo sott'occhio tutte le interazioni, i team possono potenzialmente gestire in modo proattivo gli account a rischio e presentare ai clienti soddisfatti nuove opportunità al momento giusto. Una volta assicurata la trasparenza nelle cronologie dei clienti, nelle campagne attive e nei ticket aperti, sarai in grado di offrire alla clientela esperienze di acquisto e di assistenza più soddisfacenti, favorendone così la fidelizzazione. L'intelligenza artificiale può aiutarti a prendere decisioni informate sulla base di quanto realmente già sai sui clienti. Investi bene il tuo tempo ora e le solide relazioni con i clienti che avrai creato saranno fonte di ricavo per gli anni a venire.

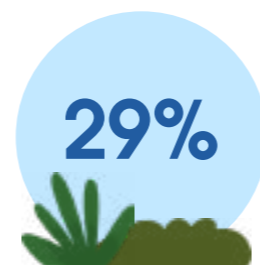
### Miglioramenti percentuali medi segnalati dai clienti di Salesforce:



Velocizzazione del processo decisionale



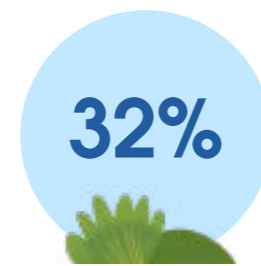
Incremento della collaborazione tra team



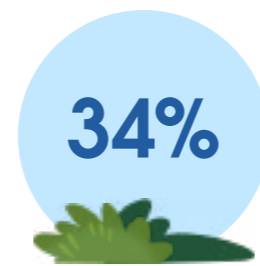
di aumento nei ricavi delle vendite



di aumento della produttività delle vendite



Miglioramento nei punteggi di soddisfazione dei clienti



Aumento della crescita influenzata o basata sul marketing



Vuoi scoprire di più sui vantaggi di un CRM?

[ESPLORA ALTRO](#)

Fonte: Salesforce Success Metrics Small Business Highlights 2024. I dati sono aggregati da 347.898 clienti in 10 Paesi.

03

# Come progettare una strategia CRM

La creazione di un sistema CRM di successo va oltre la scelta della tecnologia giusta. Servono anche il piano e la strategia CRM giusti dal punto di vista commerciale.



Ecco sette passaggi per costruire un piano vincente:

01

## Definisci la tua visione.

I leader aziendali di successo conoscono l'importanza di avere una visione chiara, ripetibile e orientata all'azione attorno a cui si muove l'intero team. Le possibilità in tal senso sono tante: puoi per esempio puntare a diventare leader di mercato per le vendite nella tua regione o a ridefinire il servizio clienti nel tuo settore. L'importante è che la visione sia abbastanza ambiziosa da avere un impatto e sufficientemente chiara da poter essere compresa dall'intera organizzazione.

02

## Definisci la tua strategia.

La strategia è l'elemento che rende la tua visione realizzabile. Supponi di voler essere leader di mercato per le vendite. Per farlo è meglio offrire prezzi concorrenziali o prodotti diversi, oppure mettere in evidenza il tuo eccellente servizio di assistenza post-vendita? È fondamentale pianificare il metodo per raggiungere i propri obiettivi.

03

## Definisci gli obiettivi aziendali.

Gli obiettivi aziendali consentono di tradurre la visione e la strategia nel lavoro quotidiano. Un errore comune che si commette durante l'implementazione di un nuovo sistema CRM è mantenere gli stessi obiettivi e processi aziendali precedenti, inefficienze comprese. Invece devi concentrarti sui modi in cui il CRM e l'intelligenza artificiale possono aiutarti a lavorare in modo più intelligente ed efficiente. Considera la nuova implementazione come un'opportunità per rivedere e ottimizzare il tuo modo di lavorare.

## 04

### Coinvolgi il personale.

La promozione da parte del management è di vitale importanza per la visione complessiva, la strategia del CRM e gli obiettivi aziendali, nonché per il successo del suo lancio. La mancanza di promozione da parte della dirigenza è uno dei cinque fattori principali che contribuiscono all'insuccesso di una strategia CRM.

## 05

### Identifica le metriche.

“Non si può gestire ciò che non si può misurare” è un detto comune tra molti pensatori di business. Le metriche dovrebbero essere visibili a tutti e ciò richiede la creazione di dashboard per tutti i livelli dell'organizzazione, dai rappresentanti commerciali ai responsabili di reparto, fino al team dirigenziale.

## 06

### Definisci le priorità per le tue iniziative.

Sicuramente procederai per gradi, quindi è importante stabilire su quali aspetti concentrarsi inizialmente. Quali sono i casi d'uso con maggiore impatto nella tua impresa? La formazione è spesso la priorità, perché consente a tutti di essere pronti a utilizzare il nuovo sistema CRM non appena disponibile.

## 07

### Definisci la tua roadmap.

La creazione di un sistema CRM efficace non dovrebbe essere vista come un evento immediato. Certo, un'implementazione di successo è fondamentale, ma essere in grado di offrire miglioramenti e nuove funzionalità nelle fasi successive è altrettanto importante. Crea un piano che vada oltre il giorno del lancio e valuta quali altre funzionalità devi offrire per la tua azienda.



**Crea una roadmap  
tecnologica incentrata  
sul cliente.**

[SCARICA LA GUIDA](#)

04

## Trovare il CRM adatto per la tua impresa in crescita

Il confronto tra sistemi CRM può essere complicato. Ci sono decine di funzionalità da considerare e molte opzioni di piattaforma. Quando si confrontano diversi CRM, ecco diversi aspetti da tenere a mente.

### Scalabilità

**Cosa prendere in considerazione:** il sistema è progettato solo per le piccole imprese o può crescere insieme a te? Investire in qualcosa che potrebbe funzionare bene per ora, ma che dovrà essere sostituito in futuro può creare problemi frustranti ed evitabili. Il CRM dovrebbe adattarsi alle tue esigenze attuali e crescere con la tua azienda. Cambiare CRM può essere un problema, quindi cerca una piattaforma progettata perché cresca con te. Chiediti, ad esempio: offre uno spazio di archiviazione aggiuntivo, accessi utente (licenze), funzioni e strumenti di reporting per aiutare la tua azienda a espandersi?

**Funzionalità di Salesforce:** inizia con un solo utente ed espanditi quanto necessario, ma ricorda che alcune edizioni hanno limiti nel numero di contatti disponibili. Ad esempio, [le piccole imprese](#) possono utilizzare Marketing Cloud Account Engagement Growth per un massimo di 10.000 contatti.

### Assistenza clienti

**Cosa prendere in considerazione:** non importa quanto un sistema sia ben fatto, a un certo punto avrai comunque bisogno di aiuto, che si tratti di una domanda semplice o di un processo complesso. Il fornitore offre opzioni di assistenza clienti affidabili e di facile accesso?

**Funzionalità Salesforce:** tutti gli utenti hanno accesso a [Trailhead](#), al portale di assistenza, alla community Trailblazer e al Success Center nonché al nostro supporto tecnico esperto. Per le aziende che desiderano un partner che li guidi in ogni fase del loro percorso Salesforce, [è disponibile ulteriore supporto](#).



## Prezzi

**Cosa prendere in considerazione:** il confronto dei prezzi non è sempre semplice. Alcuni fornitori di CRM offrono piani accessibili ma limitano l'archiviazione o il numero di contatti. Funzioni come l'automazione o gli strumenti di marketing potrebbero essere disponibili solo come componenti aggiuntivi. Di conseguenza, in questi casi, il prezzo basso riflette l'offerta.

Per le piccole imprese, i prezzi à la carte possono ridurre i costi, in quanto si pagano solo le funzionalità di cui si ha bisogno. Tuttavia, i costi possono accumularsi rapidamente man mano che si aggiungono funzioni per via delle esigenze in continua evoluzione ed espansione. Considera i limiti nel numero di contatti, le funzioni disponibili e il potenziale di crescita quando confronti piani diversi.

**Funzionalità Salesforce:** la suite di strumenti di Salesforce è disponibile sotto forma di versioni e di componenti aggiuntivi. Le piccole imprese hanno [quattro versioni](#) tra cui scegliere e, man mano che crescono, possono selezionare [prodotti aggiuntivi](#) e strumenti che si adattano alle loro esigenze.

## Personalizzazione

**Cosa prendere in considerazione:** non esistono due aziende uguali. Cerca un CRM personalizzabile per adattarlo alle tue esigenze. Chiediti, ad esempio: consente di creare report di vendita personalizzati o di aggiungere campi personalizzati al database dei contatti?

**Funzionalità Salesforce:** puoi personalizzare la tua esperienza Salesforce in diversi modi, tra cui il CRM e [l'app mobile](#).

## Automazione

**Cosa prendere in considerazione:** le piattaforme CRM possono aiutare gli utenti ad automatizzare le attività manuali e ripetitive, un vantaggio per le piccole imprese con team limitati. Anziché utilizzare tempo prezioso per inserire informazioni di routine e generare report, il CRM può occuparsi in autonomia di queste e altre attività. Una volta configurate le impostazioni, il CRM gestirà il resto.

**Funzionalità Salesforce:** [Einstein Automate](#) è l'assistente e lo strumento di automazione AI di Salesforce per automatizzare tutto, anche le integrazioni. Per saperne di più sulla creazione di flussi di lavoro end-to-end con l'automazione dei processi, [consulta gli articoli, i video e i moduli Trailhead](#).



## Integrazione con app

**Cosa prendere in considerazione:** i CRM sono potenti e, per ottenere risultati ottimali, è necessario integrare gli altri software e strumenti aziendali. Per “integrazione” s’intende il collegamento di due software in modo che possano condividere i dati. La maggior parte dei CRM si integra con altre piattaforme, software, app e strumenti, consentendo loro di condividere dati e automatizzare le attività su più piattaforme.

**Funzionalità Salesforce:** il marketplace [AppExchange](#) di Salesforce, con app gratuite e a pagamento che funzionano direttamente nella tua piattaforma CRM Salesforce o ti aiutano a integrare un software standalone con Salesforce. Un altro metodo consiste nell’utilizzare [MuleSoft](#), una piattaforma di integrazione e API, in grado di connettere qualsiasi sistema, applicazione, dati e dispositivo alla piattaforma CRM di Salesforce.



## Esperienza utente e formazione

**Cosa prendere in considerazione:** il tuo CRM è utile solo se viene utilizzato. Assicurati che la piattaforma scelta sia intuitiva e ben progettata. Esamina le opzioni di onboarding e formazione per assicurarti che insieme al tuo team possiate usufruire dell’assistenza mentre imparate a utilizzare la piattaforma.

**Funzionalità Salesforce:** Salesforce offre [Trailhead](#), un centro di apprendimento con una vasta gamma di lezioni e argomenti diversi. Salesforce inoltre fornisce decine di [certificazioni riconosciute nel settore](#) che apporta benefici non solo alla persona che le ottiene ma anche all’azienda per la quale lavora.

## Configurazione e manutenzione

**Cosa prendere in considerazione:** che in azienda non ci sia nemmeno una persona addetta all’IT o, al contrario, un intero team di professionisti, scopri cosa serve per configurare, utilizzare, aggiornare e mantenere la piattaforma CRM che stai valutando. Cerca un sistema facile da configurare o un fornitore che offra assistenza per l’installazione e il funzionamento del sistema. Alcuni fornitori di CRM offrono formazione e onboarding per semplificare il processo.

**Funzionalità Salesforce:** disponiamo di [soluzioni pronte all’uso che consentono alle imprese di piccole dimensioni](#) di iniziare rapidamente, con una guida in-app per aiutare gli utenti a effettuare rapidamente l’onboarding.

Inoltre, in qualità di pionieri del cloud nel CRM, non ci sono hardware o software su cui fare manutenzione: forniamo di continuo innovazioni tecnologiche ai nostri clienti, tre volte l’anno senza costi aggiuntivi.



## Accesso mobile

**Cosa prendere in considerazione:** L'accesso mobile al CRM consente al team di accedere e gestire i dati aziendali cruciali da qualsiasi dispositivo e da qualsiasi posizione. Ciò migliora i tassi di adozione e consente di gestire la propria attività fuori dall'ufficio.

Alcune piattaforme CRM offrono funzionalità mobili limitate o potrebbero non funzionare altrettanto bene su dispositivi mobili, come telefoni o tablet. Assicurati che la soluzione scelta offra il livello di accesso mobile di cui il tuo team ha bisogno per lavorare in modo efficiente.

**Funzionalità Salesforce:** Salesforce è disponibile come [app mobile](#) per tutti gli utenti.

## Sicurezza

**Cosa prendere in considerazione:** La sicurezza può essere un problema, soprattutto per le aziende che lavorano con dati sensibili. Assicurati che il tuo fornitore di CRM sia in grado di gestire questo tipo di dati. Ad esempio, potrebbe essere necessaria la crittografia dei dati. L'azienda a cui ti affidi per le tue necessità di CRM deve prendere sul serio le tue esigenze di sicurezza.

**Funzionalità Salesforce:** La fiducia è il nostro valore numero uno. Offriamo informazioni sulle prestazioni, sulla sicurezza e la conformità delle nostre applicazioni e sull'infrastruttura sul nostro sito web [trust.salesforce.com](https://trust.salesforce.com).

## Intelligenza artificiale (IA)

**Cosa prendere in considerazione:** l'intelligenza artificiale ha il potenziale per rimodellare ogni settore della tua azienda, dalle vendite all'assistenza, dal marketing al commercio. Se integrata direttamente nel flusso di lavoro, l'intelligenza artificiale può aiutarti a prendere decisioni informate sulla base di informazioni aziendali, creare contenuti in un linguaggio naturale e consigliare le migliori azioni successive da intraprendere. I CRM con funzionalità di intelligenza artificiale migliorano l'efficienza delle operazioni e rendono il tuo investimento a prova di futuro.

**Funzionalità Salesforce:** [Salesforce Einstein](#) include tutte le funzionalità di intelligenza artificiale di cui hai bisogno, integrate direttamente nel CRM di Salesforce.

Forniamo anche una [guida strategica per l'intelligenza artificiale](#) per aiutarti a prepararti a un futuro di intelligenza artificiale.



## Come scegliere il tuo CRM in 6 passaggi:

- 01 Definisci i problemi principali.**

Quali sono le difficoltà della tua azienda? Quali sistemi non funzionano? Quali obiettivi non riesci a raggiungere al momento e quali sono gli obiettivi futuri? Scrivi le [principali sfide aziendali](#) e le aspettative su un CRM.
- 02 Crea un elenco dei tuoi programmi e sistemi attuali.**

Quali piattaforme utilizzi già per e-mail, marketing, gestione dei contatti, comunicazioni, servizio clienti, social media, gestione dei dati e altri processi? Crea un elenco in modo da poter valutare il funzionamento dei tuoi programmi attuali e assicurarti che il CRM selezionato funzioni per la tua azienda.
- 03 Imposta un budget.**

Quanto puoi investire in un CRM? Confronta le piattaforme in base al numero di contatti che hai e alle funzioni che saranno più utili. Considera il valore di una piattaforma CRM: le funzioni, il servizio clienti e la facilità d'uso.

- 04 Confronta funzioni e risorse.**

Investi in ciò di cui hai bisogno, con opzioni per crescere in futuro. Scegli il fornitore che offre onboarding e supporto per sfruttare al meglio il tuo nuovo CRM.
- 05 Pensa al futuro.**

Nel confrontare le piattaforme, non pensare solo alle esigenze attuali. La piattaforma continuerà a essere utile alla tua azienda in futuro?
- 06 Restringi l'elenco.**

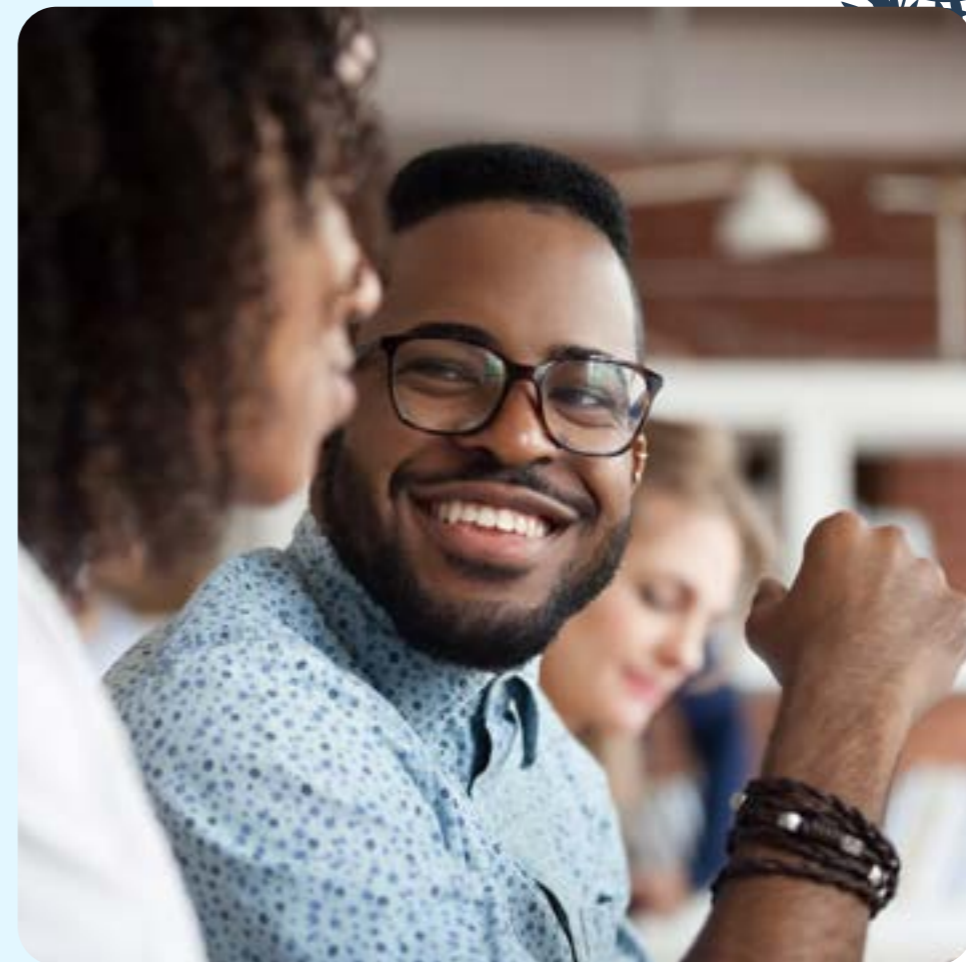
Puoi iniziare con un elenco di decine di fornitori diversi, ma considerando le caratteristiche, le funzioni e i valori di ciascuno, l'elenco si restringe. Quando avrai selezionato un massimo di cinque opzioni, richiedi una demo. Invita i responsabili del reparto o altri potenziali utenti a provare le piattaforme e fornire un feedback.



## Conclusione: Massimizzare il ROI del tuo CRM

Secondo il [Connect Customer report](#) l'80% dei clienti afferma che l'esperienza offerta da un'azienda è importante quanto i suoi prodotti e servizi. I clienti si aspettano esperienze altamente personalizzate; le aziende devono collegare il proprio CRM a tutte le parti del ciclo di vita del cliente, dalla prima campagna di marketing al punto di acquisto, fino alla comunicazione con il cliente (sul suo canale preferito) al contact centre per conquistare la fiducia del cliente durante tutto il percorso. Quando tutti i team hanno piena visibilità sulla storia dei clienti e sui punti di contatto, i team sono in grado di muoversi più velocemente e prendere decisioni migliori per fornire risultati migliori ai clienti: È un vantaggio per tutti!

Scegliere il CRM giusto per la tua piccola impresa non significa solo adottare la tecnologia, ma anche trasformare la tua organizzazione in modo digitale per collegare silos dipartimentali, migliorare il modo in cui i tuoi team lavorano insieme e centrare l'azienda intorno al cliente.



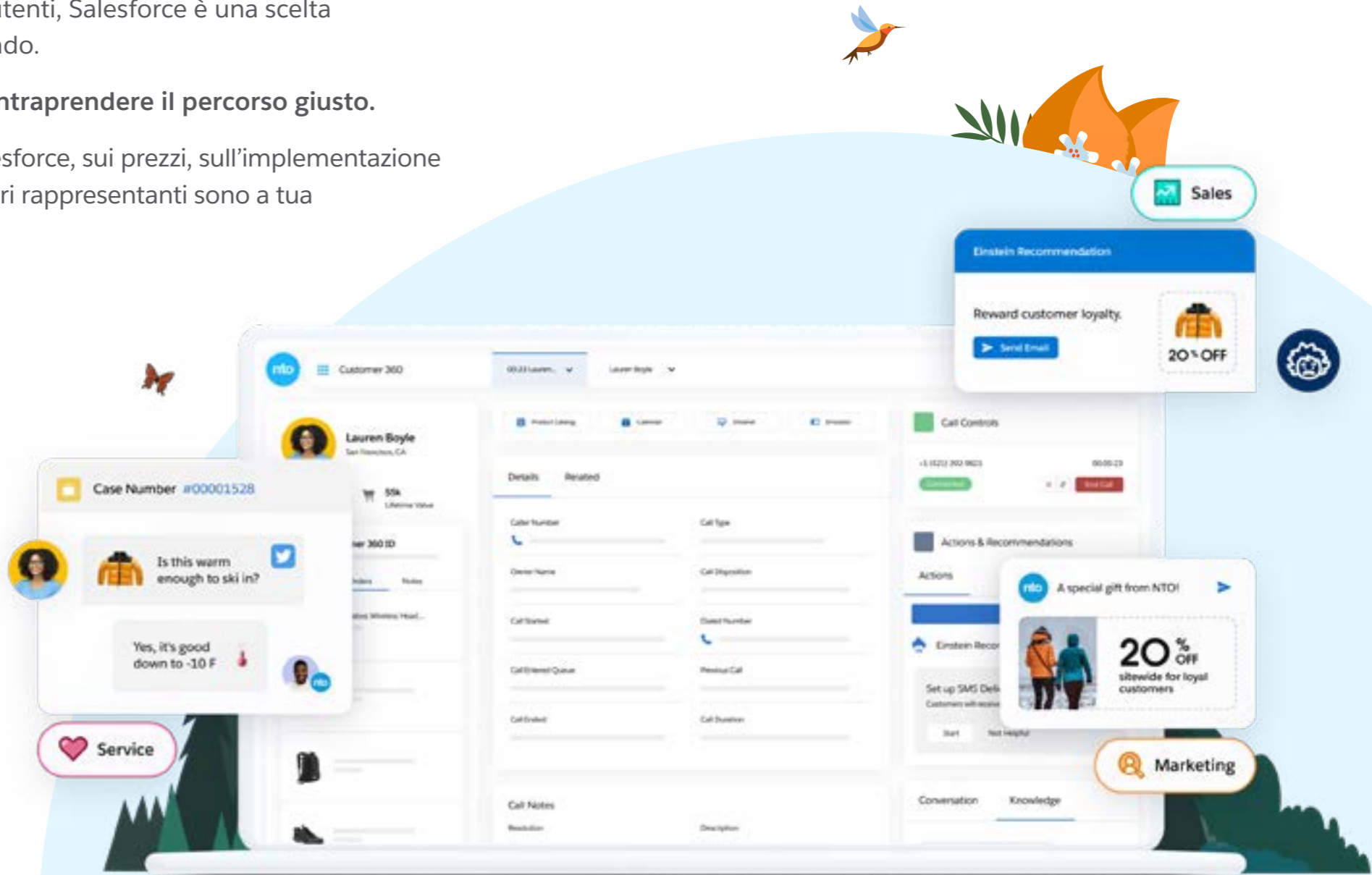
# Chi siamo

Salesforce è l'azienda orientata al cliente. Dal giorno in cui abbiamo aperto le nostre porte, l'attenzione ai clienti ha guidato ogni nostra decisione. Ha alimentato la nostra crescita e il successo dei nostri clienti. Produciamo un software basato sul cloud progettato per aiutare le aziende a creare legami con i clienti in un modo completamente nuovo perché possano trovare più clienti potenziali, concludere più trattative e stupire i clienti con un servizio straordinario. Con centinaia di migliaia di clienti e milioni di utenti, Salesforce è una scelta comprovata e il CRM n. 1 al mondo.

**Hai domande? Ti aiuteremo a intraprendere il percorso giusto.**

Se hai domande sui prodotti Salesforce, sui prezzi, sull'implementazione o su qualsiasi altro aspetto, i nostri rappresentanti sono a tua disposizione per aiutarti.

[CONTATTACI](#)





le informazioni contenute nel presente report sono fornite esclusivamente come servizio ai nostri clienti a solo scopo illustrativo. La pubblicazione da parte di salesforce.com non costituisce alcuna garanzia da parte della stessa. Salesforce.com non garantisce l'esattezza né la completezza di informazioni, testo, immagini, link o altri contenuti della presente guida. Salesforce.com non garantisce che i consigli contenuti nel report conducano al raggiungimento di risultati specifici. Si raccomanda di consultare il proprio avvocato, contabile, architetto, consulente aziendale o tecnico professionista per ricevere consulenza specifica in merito al proprio caso.