

CRM e INBOUD MARKETING (come antidoto al COVID-19)

CHI SONO

Martina Crugnola

<https://www.linkedin.com/in/martinacrugnola-digitalmktg/>

- Formazione presso IULM Relazioni Pubbliche e Pubblicità a Milano
- Formazione Marketing presso UCES Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales a BsAs (Argentina)
- Master in Mktg Digitale
- Certificazioni Google Ads Search and Display
- Lavoro presso una multinazionale del noleggio e come consulente in PMI lombarde e venete collaborando con Jpoint Network



TEMI DEL NOSTRO WEBINAR

- I diversi orientamenti delle imprese
- Il Marketing Relazionale
- Inbound marketing: in cosa consiste?
- Cos'è CRM, chi lo utilizza
- Salesforce
- Free CRM
- Hubspot

ORIENTAMENTO A...

Kotler e Keller sostengono che vi sia un orientamento delle imprese:

- Alla produzione = i consumatori prediligono prodotti ampiamente diffusi e a basso costo. Elevata **efficienza produttiva**, **riduzione dei costi** e distribuzione di **massa**.



海尔智慧家庭
Haier smart home

- Al prodotto = i consumatori prediligono prodotti che offrono migliore qualità, prestazioni più elevate o funzionalità innovative.



- Alla vendita= i consumatori non acquistano se non sollecitati da forti politiche commerciali. Strategie di vendita aggressive.
- Al marketing = lo scopo non é trovare il clienti giusti per il prodotto ma il prodotto giusto per i clienti. Personalizzazione dei prodotti. Capacità di creare, trasmettere e COMUNICARE ai propri mercati obiettivo un valore superiore a quello offerto dalla concorrenza.

Concetto. Il raggiungimento degli obiettivi di impresa presuppone la determinazione dei bisogni e dei desideri dei mercati -obiettivo nonché il loro soddisfacimento in modo più efficace ed efficiente dei concorrenti
Keith (1960): “l’impresa non può restare il centro del mondo degli affari, in **quanto il consumatore e la sua soddisfazione sono il vero centro** ed il marketing deve diventare la funzione motivante per l’impresa nel suo insieme”.

Al marketing olistico

Problema dell'impresa: sviluppare un'offerta di prodotti, servizi ed esperienze d'acquisto e di consumo sempre più in grado di **rispondere alle esigenze dei singoli clienti.**

L'azione del mktg deve **integrare le varie dimensioni dell'attività aziendale.**

Marketing integrato (comunicazioni/canali/prodotti&servizi)

Marketing interno

Marketing socialmente responsabile (etica/ambiente/comunità)

Marketing relazionale (clienti/partner)

IL MKTG RELAZIONALE

Insieme di attività e processi specifici per l'analisi, la gestione e il continuo miglioramento e la valorizzazione delle relazioni con i clienti= **customer relationship management (CRM)**

Offerte e comunicazioni personalizzate per i singoli clienti, basandosi su informazioni relative alle transazioni passate, alle caratteristiche demografiche e psicografiche, alle preferenze relative ai media e ai canali di distribuzione.



ATTENZIONE!

Acquisire nuovi clienti si stima costi 5 vv che mantenere i clienti attuali!

DATI CHE POSSO RACCOGLIERE:

Demografico. Informazioni sociali ed economiche, inclusi età, sesso, reddito, istruzione, tipo di residenza, ecc.

Geografico. Approfondimenti in relazione alla posizione e agli attributi di un'area designata.

Comportamentale. Azioni e modelli osservabili di un particolare individuo o gruppo in risposta a stimoli.

Basato sull'acquisto. Processo decisionale influenzato dalla presenza di dati di transazioni precedenti. Il comportamento di acquisto passato è spesso un indicatore delle future decisioni di acquisto.

Psicografico. Un'aggregazione di valori, interessi e informazioni sullo stile di vita per creare un profilo per un individuo o un gruppo con tratti e convinzioni simili, determinato attraverso la risposta al sondaggio o il comportamento osservato in precedenza.

VOCABOLI UTILI

LEAD rappresenta un **potenziale cliente o un'opportunità di vendita**: non è più un generico utente-consumatore, bensì **una persona che ha già manifestato interesse** per un marchio, un prodotto, un servizio o quanto meno per un dato argomento.

PROSPECT è una persona che rientra nel target di potenziali clienti dell'azienda, ma con cui non è ancora stata creata una connessione diretta. L'attività di *prospecting* è dunque la ricerca di individui o aziende potenzialmente "in target" per i prodotti e servizi offerti dall'azienda.



LAPSED CUSTOMER qualcuno che è già stato nostro cliente ma che ha smesso di esserlo

DEAL offerta

CONTACT è, letteralmente, una **persona *contattabile***, di cui l'azienda conosce informazioni quali l'indirizzo email, il recapito fisico, il numero di telefono o il profilo social.

ACCOUNT è una società/azienda (e conseguente scheda di essa) a cui possono riferirsi differenti contatti (contacts)

OUTBOUND Vs INBOUND MKTG

Il marketing OUTBOUND (in uscita) è quando un operatore di marketing si rivolge alle persone per vedere se sono interessate a un prodotto. Ad esempio, questo potrebbe includere vendite porta a porta o chiamate a freddo (telemarketing), email marketing su liste acquisite, fiere. **Ci si avvicina a qualcuno senza sapere se lui o lei è anche un lead qualificato.**



<https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/2989/inbound-marketing-vs-outbound-marketing.aspx>

Il marketing INBOUND (in entrata) è una strategia in cui si creano contenuti sui social media, su un blog o tramite DEM ragionate che diffondono la consapevolezza del marchio in modo che le persone vengano **realmente coinvolte**, al fine di far loro visitare il sito Web per informazioni e quindi acquistare o mostrare interesse per il tuo prodotto.

<p>04-06-2020 FERRERO'S PALM OIL: TRACEABILITY AND TRANSPARENCY</p>  <p>Traceability and transparency have always been an important element in Ferrero's approach to sustainable palm oil.</p> <p>Read more ></p>	<p>08-05-2020 THE FERRERO GROUP SHARES UPDATE ON ITS 2025 PACKAGING COMMITMENT</p>  <p>Luxembourg, 8th May 2020, As part of its commitment to make all packaging 100% reusable, recyclable or compostable...</p> <p>Read more ></p>	<p>27-04-2020 FERRERO JOINS FORCES WITH A STRONG COALITION TO ADDRESS CHILD LABOR IN CÔTE D'IVOIRE</p>  <p>Ferrero announces its intention to join forces with a strong coalition of the government of Côte d'Ivoire...</p> <p>Read more ></p>
---	--	--

ESEMPI DI INBOUND MARKETING



ATTRARRE: creare e pubblicare contenuti interessanti

Articoli blog/social media/video

Strategia SEO e SEM (ads)

INGAGGIARE: Lead flows

DEM direct email marketing informative

Marketing automation

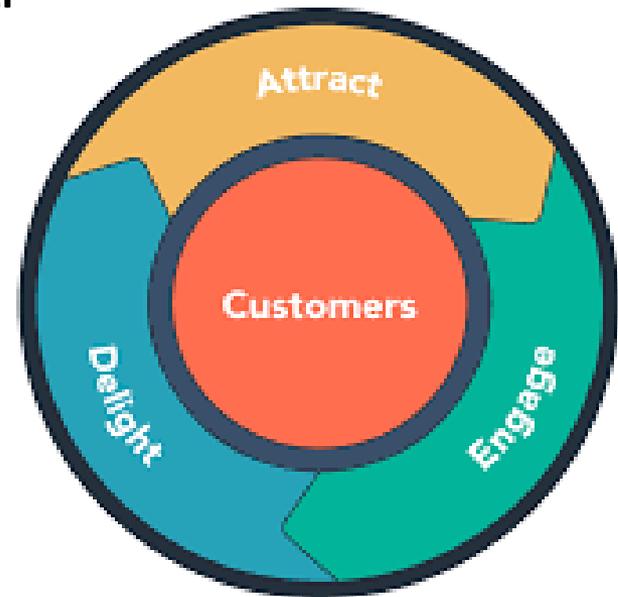
Conversational bot

Lead management

DELIZIARE: contenuti smart

Gamification

DEM direct email marketing promozionali



Blogging

The screenshot shows the website 'ProgettoEnergiaEfficiente.it'. At the top, it says 'Il blog degli esperti di energia a noleggio'. The main header features the title 'Energia Efficiente' in a dark box. Below this, there are navigation links: 'CHI SIAMO' and 'SOTTOPONI UN PRO...'. A secondary navigation bar includes categories: 'ENERGIA ELETTRICA', 'ARIA COMPRESSA', and 'ENER...'. The main content area has the text 'Il blog degli espe...'. A prominent article preview is titled 'BUDGET 2021' and 'A NOVEMBRE IL TALENT SHOW DEL BUSINESS', featuring a microphone image. A white modal form is overlaid on the right side of the page. The modal has a close button (X) in the top right corner. The title of the modal is 'Benvenuto!'. The text inside the modal reads: 'Se quello che stai leggendo ti interessa, lasciaci il tuo indirizzo email. Niente spam, promesso: vorremmo solo tenerti aggiornato sui nuovi articoli del blog. La redazione di ProgettoEnergiaEfficiente.it'. Below the text is an input field with the placeholder 'Enter your email'. Underneath the input field is the text 'Autorizzo il trattamento dei miei dati per ricevere la newsletter *' followed by a radio button and the label 'Sì'. At the bottom of the modal is a large yellow button with the text 'OK, fammi sapere quando esce un nuovo articolo.'.

Blogging

Join 215,000 Fellow Marketers

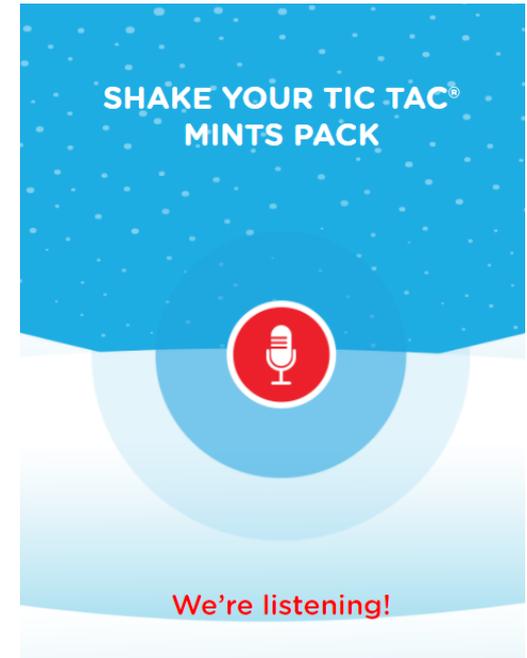
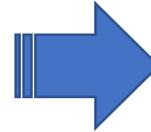
Get expert marketing tips straight to your inbox, and become a better marketer. Subscribe to the Marketing Blog below.

[Subscribe](#)

Not using **HubSpot** yet?

How to Write a Blog Post: A Step-by-Step Guide [+ Free Blog Post Templates]

Gamification



Chat bot

HubBot

Want to chat about HubSpot? I'm here to help you find your way.

What would you like to do?

Learn about products

HubSpot uses the information you provide to us to contact you about our relevant content, products, and services. You may unsubscribe from these communications at any time. For more information, check out our privacy policy.

Choose an option

Add free live chat to your site

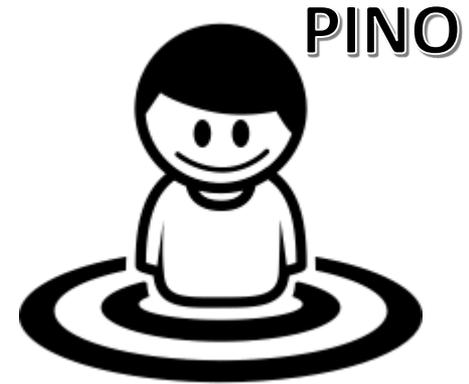
COS'E' un CRM?

Un CRM è uno strumento o software utilizzato per:

- gestire i dati relativi a tutti i nostri clienti
- migliorare le relazioni commerciali
- fidelizzazione dei clienti
- crescita delle vendite.

Perché usare un CRM?

Per gestire i flussi di comunicazione con i clienti in modo ordinato e condiviso tra le varie divisioni aziendali.



Osservazioni tipiche:
« perché dovrei usare un CRM per la mia società? »

« La nostra è una piccola realtà, ci basta utilizzare la mail e un po' di fogli elettronici per gestire le attività e le relazioni con i nostri clienti. »

Chi utilizza il CRM?

Il **Marketing** utilizza i CRM per generare/classificare nuovi contatti qualificati (LEAD) per le vendite attraverso attività di **Inbound marketing**

L'attività dei **venditori** che usano il CRM invece si focalizza sulla gestione operativa delle attività di tutti i giorni. Il venditore utilizza il CRM per:

- tenere traccia di tutti i dati dei suoi contatti (scheda contatto),
- delle relazioni tra i diversi contatti di un'azienda,
- per appuntare note e richieste raccolte durante le telefonate o incontri con i contatti,
- fissare appuntamenti,
- segnare promemoria per attività future,
- verificare tutte le azioni fatte su unica scheda contatto.

Chi è il peggior nemico del CRM (e non solo)?

Excel che nasce come foglio di calcolo e diventa contenitore di flussi e dati.





Questa foto di Autore sconosciuto è
concesso in licenza da [CC BY-SA](#)

IL CRM SALES FORCE

Soluzioni per: Vendite/ Marketing / IT / Ecommerce /Customer Service
Prodotto molto **customizzabile** e **scalabile**. Dalle startup alle grandi multinazionali. E' principalmente usato dalle vendite.
E' un cloud e l'ultima versione viene aggiornata direttamente ogni volta.

- Gestione dei contatti
- Gestione dei lead
- Previsione di vendita
- Messaggistica istantanea tra i dipendenti
- Monitoraggio delle e-mail e integrazione con Outlook e Gmail
- Condivisione di file e contenuti
- Analitiche basate su dashboard



CREAZIONE DI LEAD IN SALES FORCE

Questa foto di Autore sconosciuto è concesso in licenza da [CC BY-SA](#)

Lead Edit Save Save & New Cancel

Lead Information ! = Required Information

First Name	--None--		Lead Owner	Martina Crugnola
Last Name			Aggreko Warehouse	
Job Title			Campaign	
Email			Website	
Phone			Lead Status	Open
Mobile			Lead Source	--None--
Company			Lead Type	--None--
Linked to			On Hold End Date	[08/11/2020 16:45]
Description			On Hold Reason	
			Priority	--None--
			Email Opt In	<input type="checkbox"/>
			Email Opt Out	<input type="checkbox"/>
			Agreed to Privacy Statement	<input type="checkbox"/>



SCHEMA ATTIVITA' SALES FORCE

[Questa foto](#) di Autore sconosciuto è
concesso in licenza da [CC BY-SA](#)

[Help for this Page](#)

Task
New Task

Task Edit

Task Information

| = Required Information

Assigned To
Subject
Type

Due Date
Call Duration
Call Result
Is-Closed

Related To

Name

Related To

Description Information

Comments

Campaign
Lead Source



Le 7 migliori soluzioni CRM gratuite e open source



freshsales

HubSpot
CRM FREE

Really
Simple
Systems

SUITE CRM

vtiger



Valorazione complessiva	4.8	4.7	4.5	4.4	4.5	4.4	4.9
Costo di aggiornamento (mensile)	\$29	\$19 per user	\$0	\$15 per user	\$0	\$0	\$0
N° users per la versione gratuita	2	Illimitati	Illimitati	2	Illimitati	Illimitati	Illimitati
Open source					✓	✓	✓
Email automation	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Social media management	✓		✓			✓	✓
Assistenza clienti nel piano gratuito	Email, Forum, Knowledge Base	Email, Telefono	Knowledge Base, Telefono, Forum	Email, Chat	ND	ND	ND

Fonte: www.capterra.it



PIATTAFORMA ALL-IN-ONE: che significa?



TRACKING

Traccio tutto ciò che accade sulle piattaforme digitali.
Tracciamento individuale NON statistico come GA



INBOUND

Instauro una relazione digitale con i miei clienti, gestendo dei contenuti



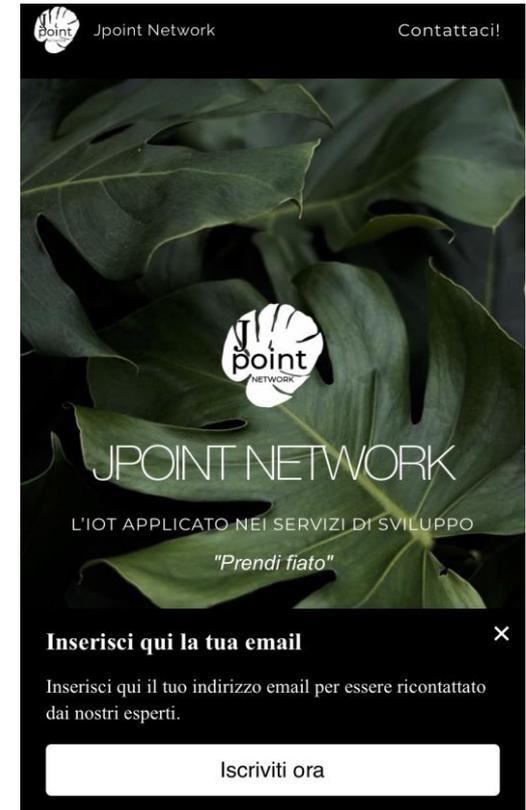
AUTOMATION

Gestione automatica dei dati che riesco a recuperare o creazione di reazioni automatiche a determinate azioni

PERCHE' VISUALIZZO LUDOVICA PETRUCCI? CHE AZIONE HA COMPIUTO?

Ludovica ha inserito la sua email in questo pop up al lato 
Il presente pop up é un form che io posso creare dal **tag marketing**

 <p>Embedded form Create a form that you can embed as part of your website.</p>	 <p>Standalone page Create a form on a standalone page that you can share through a link.</p>	 <p>Pop-up box Add a form that pops up as a box in the center of the page.</p>	 <p>Dropdown banner Add a form that will drop down from the top of the screen.</p>
 <p>Slide in left box Add a form that slides in from the left side.</p>	 <p>Slide in right box Add a form that slides in from the right.</p>		



QUALI ATTIVITA' DI MARKETING INBOUND POSSO GESTIRE CON HUBSPOT?

- Blogging
- Landing Pages
- Email
- Social Media
- Seo
- CTAs
- Ads
- Form

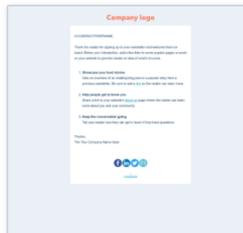
POSSO CREARE E GESTIRE CAMPAGNE EMAIL DA HUBSPOT?

Si, lo posso fare anche nella versione gratuita ma ho un massimo di invii, meno template tra cui scegliere e NON ho la parte di ottimizzazione e A/B testing.

[Back to emails](#)

Select a template

Basic



Welcome

Send an email to your new customers to welcome them to your product.



Simple

Start with a simple template if you like to have or to begin with minimal formatting in your emails.



Promotion

Sell your products and services and promote your latest deals.



Plain email

Create an email with little formatting that will look and feel like a personal email to your readers.



Newsletter

Keep your contacts engaged with your brand by sharing content that you both care about.



POSSO GESTIRE I SOCIAL CON LA VERSIONE FREE?

No, non posso gestirli con la versione free. Con la versione a pagamento gestisco le piattaforme social:

Publishing: pubblicazione programmata dei contenuti

Monitoring: NON fa sentiment analysis, **monitoraggio parole chiave o comportamenti (Twitter, LinkedIn)** di chi ha visitato la vostra pagina web (NON posso farlo con Facebook per i meccanismi di privacy delle piattaforme, se non sono un collegamento non posso vedere i profili.) Attraverso il monitoraggio posso anche ottenere un **ranking dell'attività social** dei miei **competitor**.

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE AD MAIORA!