



DAC: Dynamic Automotive CRM



Dynamic
Automotive
CRM

LA SOLUZIONE CRM PER IL SETTORE MOTOR TRADE

BENEFICI PER IL CLIENTE

DAC è una verticalizzazione basata sul "motore" Microsoft Dynamics CRM specificatamente concepita per il settore Motor Trade. Esso si propone come il database unico e centrale per tutte le attività che vedono il cliente protagonista. Il modello dati e le funzionalità sono state appunto personalizzate per consentire la gestione del parco veicoli del Cliente in tutte le fasi che riguardano l'attività di business dell'azienda.

FUNZIONALITÀ DYNAMICS

DAC- Dynamic Automotive CRM copre l'intero processo di relazione con il cliente:

- l'esecuzione di tutte le attività commerciali
- la pianificazione delle attività di presidio del territorio e delle campagne di marketing
- attività di post-vendita (Customer Service) e delle relative campagne di marketing
- il monitoraggio integrato di tutte le attività

Descrizione sintetica della soluzione

DAC - Dynamic Automotive CRM, basato su Microsoft Dynamics CRM, è un sistema di gestione delle relazioni con i clienti completamente integrato, specificatamente concepito per gli operatori del settore Motor Trade.

DAC fornisce supporto in tutte quelle attività in cui il cliente è protagonista, dal primo contatto, alla conclusione della vendita fino alla gestione del post vendita.

Problematiche tipiche del settore

In un mercato fortemente complesso e concorrenziale, molto influenzato dalla comunicazione pubblicitaria e in cui si ravvisa una sempre maggiore presa di coscienza del consumatore, il cliente diventa il vero protagonista. Creare un vantaggio competitivo duraturo nel tempo è l'obiettivo principale delle aziende che vogliono emergere.

Per supportare tutto il processo, dall'acquisizione di un potenziale cliente alla gestione del post-vendita, la disponibilità delle informazioni, ovunque e in qualsiasi momento, è essenziale.

Per essere sempre più efficienti occorre:

- ottimizzare l'attività di vendita e aumentarne la produttività;
- ridurre il tempo di chiusura delle trattative;
- acquisire nuovi clienti;
- fidelizzare i clienti esistenti creando nuove opportunità di vendita;
- attuare promozioni e campagne per raggiungere i clienti con l'offerta più efficace;
- controllare gli indicatori per valutare produttività, risultati e performance;
- analizzare risultati e tendenze per formulare previsioni di vendita più accurate ed attendibili;
- individuare rapidamente le criticità interne e quelle dei clienti;
- organizzare efficacemente il servizio clienti per assicurare tempi di risposta brevi e la risoluzione degli interventi richiesti;
- migliorare la produttività e l'efficienza degli interventi di assistenza tecnica;
- aumentare il fatturato dell'assistenza attraverso l'offerta personalizzata di servizi e livelli di assistenza.

DAC, per tutte le attività che vedono il Cliente protagonista, rappresenta attraverso il suo database unico e centrale la

MARCA	Classe di Peso L		Classe di Peso M		Classe di Peso P		Totali	
	Num.	Arz.	Num.	Arz.	Num.	Arz.	Num.	Arz.
ASTRA	0	0	4	5,3	4	5,3		
AUDI	0	1	17,0	0	1	17,0		
NEREEDS	1	14,0	0	0	1	14,0		
Totali	1	14,0	1	17,0	4	5,3	6	0,7

soluzione di facile utilizzo per il personale dei reparti di vendita, marketing e servizi della Vostra azienda.

Funzionalità specifiche per il settore

DAC contempla funzionalità a supporto della vostra azienda, di seguito descritte.

Funzionalità per l'Area Vendite

- **Ottimizzazione dell'intero processo di vendita** attraverso la qualifica dei potenziali clienti e l'assegnazione, anche in modo automatico, di un'opportunità al venditore o al team commerciale;
- **Gestione delle opportunità** (trattative) tenendo traccia di tutte le interazioni con i clienti e seguendone gli sviluppi con un processo di workflow;
- **Gestione dei venditori e del territorio** creando zone di vendita, assegnando le quote a venditori e a capi area, monitorando i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi;
- **Analisi dell'andamento delle vendite** per sviluppare le opportunità di cross-selling e up-selling di prodotti e servizi.

Funzionalità per l'Area Marketing

- **Gestione delle campagne commerciali e di marketing**, sia le campagne pianificate che le cosiddette Quick Campaigns (campagne semplificate);
- **Gestione delle liste**, creandole da clienti, lead, prospect, con molteplici criteri di selezione, importandole da altre fonti e gestendole in funzione del variare dei dati.

Funzionalità per l'Area Servizio Clienti (Post-vendita)

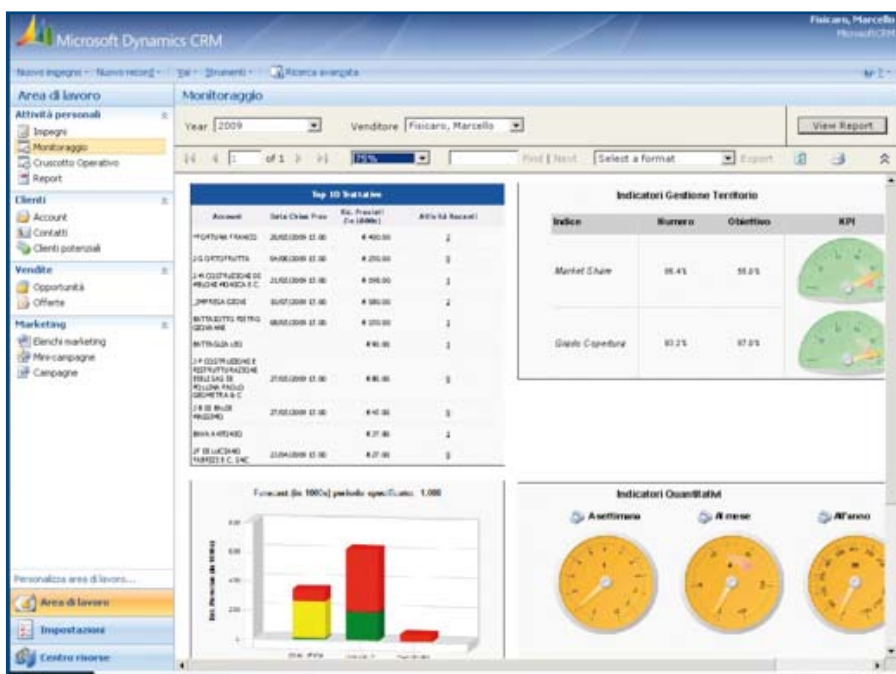
- **Gestione delle chiamate** seguendo le richieste di assistenza dal contatto iniziale sino alla risoluzione attraverso l'accodamento e l'assegnazione automatica;
- **Generazione di opportunità** per fornire servizi di assistenza aggiuntivi o schedulati, attraverso strumenti di reportistica e di comunicazione integrati;
- **Consultazione della raccolta dei casi risolti** consentendo un'ottimizzazione delle risorse di personale e di magazzino per le parti di ricambio, attraverso una statistica degli interventi effettuati;

- **Disponibilità di una reportistica completa** al fine di comprendere al meglio le esigenze dei clienti, tracciando i processi dal servizio di assistenza e misurando il livello qualitativo delle prestazioni.

Descrizione funzionalità

DAC sulla base delle informazioni demografiche, lo storico dei veicoli e degli acquisti, lo storico dell'officina, l'esito delle campagne precedenti, consente di individuare il target obiettivo e attivare, sulla base dello stesso, differenti tipologie di campagne (dal telemarketing alle newsletter promozionali). A supporto dell'Area Vendite è possibile eseguire internamente tutte le analisi necessarie per approcciarsi al mercato in modo strategico, ad esempio calcolare, per i veicoli acquistati presso la concorrenza, la percentuale di nominativi presenti nel database sui quali sono state effettuate delle azioni.

Infine per semplificare l'attività di post vendita, con DAC potrete avere sempre a portata di mano la scheda Cliente contenente sia le informazioni di base, relative all'anagrafica, sia quelle inerenti la storia delle trattative, la situazione dei veicoli posseduti dal Cliente, l'elenco di quelli venduti e un breve elenco delle note più recenti e dei prossimi impegni.



Caso di successo **ROMANA DIESEL**

Company profile

Romana Diesel è la Concessionaria IVECO più grande d'Europa, con oltre 70 anni di servizio, 65.000 veicoli nuovi e 30.000 usati acquistati da 3 generazioni di clienti, 250.000 interventi di riparazione, 25.000 tonnellate di ricambi originali forniti ai clienti.

È concessionaria di autobus, veicoli industriali e commerciali da cantiere e agricoli dei marchi FIAT, IVECO, CNH, ASTRA e dei trainati Viberti-Adige, ed opera dal 1937 a Roma e nel Lazio.

Decine di migliaia di operatori dal 1937 a oggi hanno verificato quotidianamente la qualità dei servizi Romana Diesel. L'Agenzia Internazionale Det Norske Veritas - DNV - l'ha certificata nel 1996, prima concessionaria in Italia, secondo la normativa ISO 9002.

Romana Diesel è la più completa organizzazione al servizio dell'autotrasporto di persone e merci nel Lazio, con assistenza 24 ore su 24 e 365 giorni all'anno.

Esigenze

Romana Diesel, avendo sviluppato una forte consapevolezza del ruolo strategico che la corretta gestione della clientela ricopre per il consolidamento della leadership di mercato, ha manifestato la necessità di usufruire di uno strumento che le permettesse di gestire e riorganizzare al meglio le informazioni provenienti da ogni singolo contatto

con il proprio pacchetto clienti, in modo da cogliere tutte quelle opportunità di business prima di allora latenti. Fondamentale era l'impiego di una soluzione in grado di gestire differenti marche e tipologie di prodotto/servizio offerte dalla società garantendo al contempo un continuo adeguamento all'evoluzione della stessa.

I benefici della soluzione

L'azienda dispone ora di una soluzione moderna e all'avanguardia, che le permette attraverso l'ottimizzazione delle opportunità, delle trattative e della chiusura delle vendite di cogliere sfruttare opportunità di business in più che concorrono al consolidamento della posizione di mercato conquistata negli anni. Con DAC Romana Diesel, inoltre, può avvantaggiarsi della schedulazione delle attività sulla rete distributiva per la gestione delle officine dislocate sul territorio e attivare in maniera semplice delle campagne di marketing mirate al mercato, generate per contatti registrati in fase di prevendita.

In una realtà complessa come quella di Romana Diesel, Dynamic Automotive CRM ha permesso al cliente di reagire in modo tempestivo e con estrema flessibilità alle sfide lanciate dal mercato.

La metodologia di progetto

Gesca ha assistito il cliente in tutte le fasi del progetto, applicando la propria me-

todologia di Project Management.

Le fasi possono essere così identificate:

- consulenza strategica e analisi del progetto;
- supporto architettonico per l'infrastruttura tecnologica;
- progettazione, realizzazione, test e messa in esercizio di Microsoft Dynamics CRM;
- supporto e training sull'infrastruttura al personale tecnico, nonché funzionale ai key user.



DAC

Dynamic
Automotive
CRM



Gesca Dynamics Srl

via degli Olmetti 18 00060 Formello (RM)

Tel. 069040661 r.a. 0690406666

info@gescadynamics.it

www.gescadynamics.it

