

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

Una White Paper Sysman

Settembre 2011

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

Introduzione

Al fine di analizzare e descrivere l'importante innovazione tecnologica e operativa presentata in questa White Paper Sysman si vogliono condividere alcune informazioni e al tempo stesso condividere alcuni ragionamenti sintetizzati da alcuni articoli di esperti del settore.

"Recensioni su siti come TripAdvisor, i risultati di ricerca su Google e consigli personali di familiari e amici hanno una capacità comunicativa più influente di consigli di agenti e di agenzie di viaggio durante l'acquisto di una vacanza."

"Lo studio sostiene che quasi il 70% dei consumatori usa internet per prenotare le loro vacanze, rispetto al 23,5% nei punti vendita all'interno di agenzie di viaggio e circa l'8% per telefono."

Ma il 60% dei consumatori ha dichiarato di ricorrere alle agenzie perchè hanno apprezzato la loro "consulenza"

Fonte:



Queste assunzioni portano all'attenzione due concetti chiave che Sysman e il Contact Pro Holiday Social CRM hanno adottato:

- A fronte di un inarrestabile e non più ignorabile potere da parte dei consumatori, non si può ignorare l'opportunità di evolvere l'attuale interazione individuale, sporadica e transazionale, con un'esperienza più coinvolgente, aperta e specialmente partecipata da più attori contemporaneamente. **Evoluzione verso una esperienza Sociale su dominio Sociale come il web.**
- **La professionalità dei servizi, delle soluzioni a supporto e delle figure professionali** (agenzie e agenti di viaggio) è ancora un **valore differenziante** in un mercato sempre più difficile nei termini di numerosità delle opportunità e di denaro circolante.

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

L'esperienza Sysman sui processi Holiday della soluzione Contact Pro Holiday, destinata alle agenzie di viaggio, ha sposato l'evoluzione Sociale dell'identità del potenziale e del customer.

Tale connubio di tecnologie, processi, idee ha portato alla nascita di un reale strumento di supporto per chi del settore holiday fa il suo business: la nuova soluzione **Contact Pro Social Holiday CRM**.



Figura 1 – Contact Pro Holiday CRM: piattaforma a supporto di idee e processi Holiday

Contact Pro Holiday Crm materializza e aiuta nella realizzazione di precisi e specifici processi:

- **Processi di ascolto e cattura del Social.** Il web è un bacino di informazioni da cui attingere attraverso le fasi di "lavorazione" del Social CRM Sysman:
 - Monitoring, monitoraggio dei social media: monitorare quanto si dice a proposito del settore holiday al fine di estrarre utili consumer insight, facendo attenzione ad adottare le keywords adatte per non perdere messaggi rilevanti, ma anche per non rilevare rumore poco utile:
 - Raccolti di dati di soggetti (holiday community building).
 - Raccolti di dati di conversazioni (per lead discovery).
 - Mapping dei prospect/customer Holiday in una piattaforma di Marketing CRM integrato.
 - Management: una volta raccolte le informazioni è necessario definire degli obiettivi di business correlate ai nuovi contatti e alle nuove opportunità di vendita potenziali.
- **Processi di Marketing Holiday.** Processi mirati alle agenzie di viaggio e ai consulenti di vendita.

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

Contact Pro Holiday Crm permette pertanto di gestire oltre ai contatti tradizionali anche contatti sociali in una piattaforma integrata capace di ascoltare e trovare nuove opportunità di business e svilupparle gestendo il colloquio con l'utente/potenziale/cliente finale.

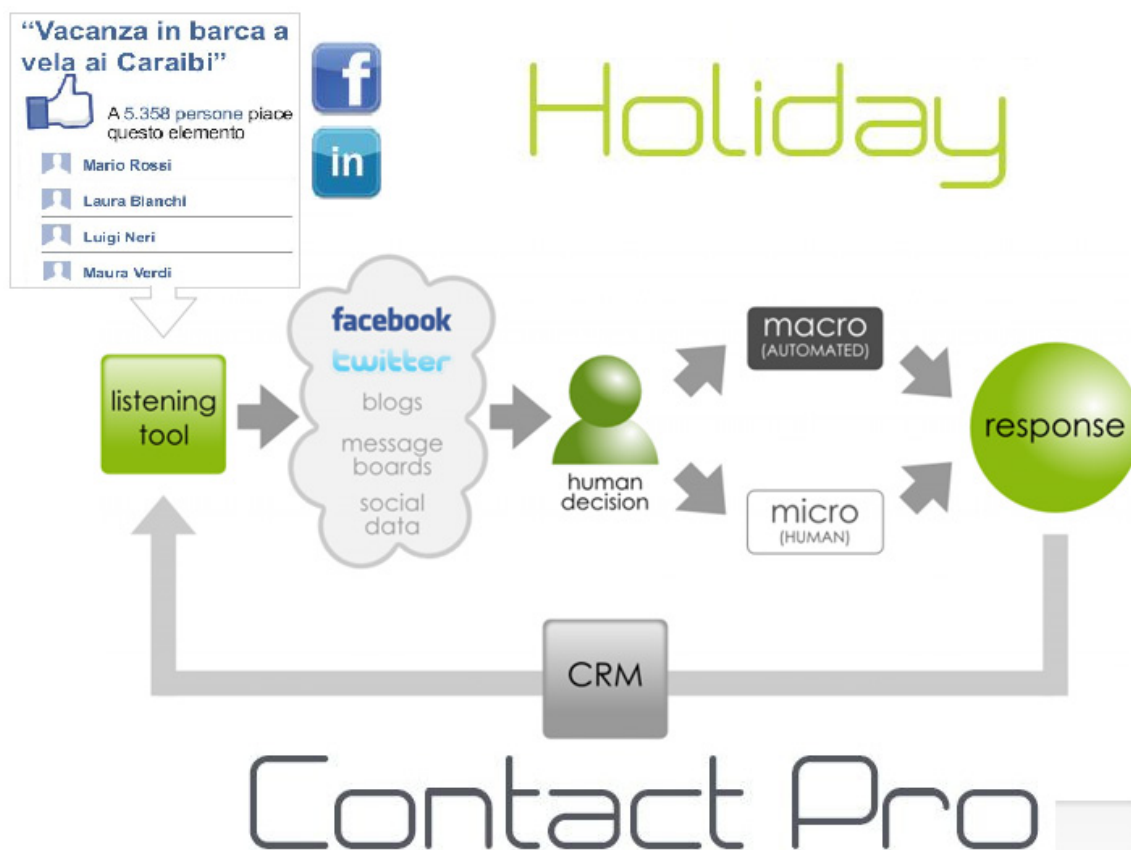


Figura 2 – Contact Pro Holiday CRM: dal web alla gestione e archiviazione del contatto

Il web diventa un bacino di informazioni da cui attingere e riversare nel database aziendale dell'agenzia di viaggio o dell'agente di vendita. Tale informazione diventa patrimonio dell'azienda al fine di attivare mirati processi di marketing singolo o massivo supportati e accelerati dalla piattaforma di CRM integrato **Contact Pro 2011 Social Holiday**.

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

La piattaforma Contact Pro 2011 Social Holiday permetterà pertanto:

Generazione Lead da web

L'agenzia dispone di un sito con un form che permette ai prospect/customer di richiedere informazioni all'agenzia stessa riguardanti l'organizzazione di viaggi o direttamente la loro prenotazione. Il gestore del sito raccoglie queste informazioni in un suo sistema e poi le stesse informazioni vengono passate a Contact Pro tramite flussi di integrazione pre definiti nella piattaforma holiday. Una funzione dinamica del sistema estrarrà ogni giorno queste richieste di informazioni e le caricherà in una attività di telemarketing outbound.

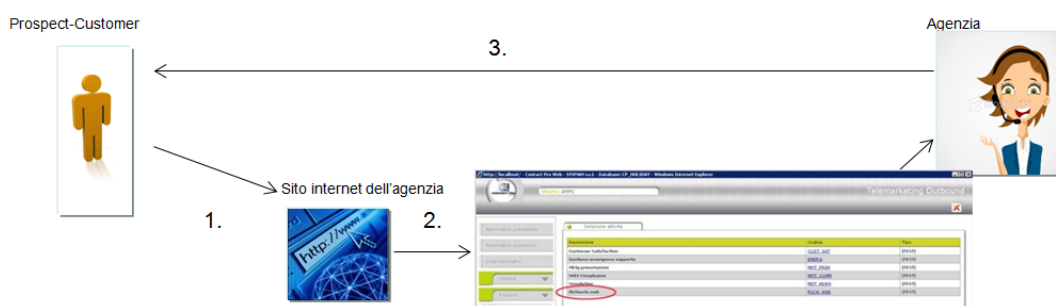


Figura 3 – Contact Pro Holiday CRM nella gestione di un lead generato da web

Generazione Lead da telefonata inbound

L'agenzia ha un numero verde o a pagamento che gli utenti usano per chiamare direttamente per avere informazioni e supporto nell'organizzazione e nella prenotazione del viaggio.

L'utente che desidera avere informazioni o prenotare una vacanza contatta il numero verde dell'agenzia e i consulenti della stessa lo aiuteranno basandosi anche sulle informazioni di quel customer già raccolte in precedenza (altri viaggi fatti e opinioni raccolte durante contatti precedenti).

Marketing su offerte di viaggio

Raccolti i dati del contesto cliente, sia tramite import iniziale dello storico, che tramite le varie attività quotidiane, riguardanti le preferenze di viaggio e le abitudini di acquisto dei customer, le agenzie potranno gestire azioni di marketing e proporre viaggi al momento giusto e nei posti giusti.

Se un customer prenota un viaggio in un certo mese dell'anno (es. marzo) e parte per il viaggio in questione diversi mesi dopo (es. luglio), Contact Pro tramite attività dinamiche inserirà l'anagrafica di questo cliente in un'attività di telemarketing outbound un anno dopo rispetto al momento in cui aveva prenotato (es. marzo dell'anno dopo). Questo in modo da mantenere l'anticipo già espresso da quel customer fra prenotazione e partenza (i viaggiatori si dividono tendenzialmente fra chi preferisce prenotare con mesi di anticipo e chi preferisce le partenze dell'ultimo minuto).

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

Marketing per auguri e feste

Per le occasioni speciali (es. compleanni), un'attività automatica estrarrà le anagrafiche a cui inviare una comunicazione mail in cui insieme agli auguri compaiano delle offerte basate o sull'ultima tipologia di vacanza fatta o sulla tipologia di vacanza indicata dal soggetto come "tipologia preferita".

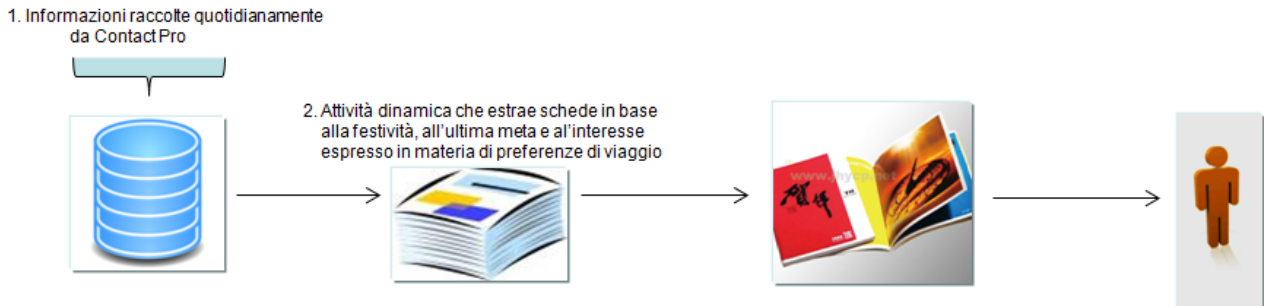


Figura 4 – Contact Pro Holiday CRM nella gestione del marketing massivo di agenzia

Newsletter basata sulla tipologia del viaggio precedente

Contact Pro raccoglie le informazioni dei prospect/customer e cataloga ogni viaggio con una tipologia di soggiorno. La piattaforma Holiday permette flussi automatici di mailing html con i trace attivi. In questo modo l'agenzia avrà un riferimento di chi ha aperto le mail e ha cliccato sui possibili link.

Customer satisfaction

I customer vanno in vacanza e dopo alcuni giorni dalla loro partenza una funzione del sistema estrae le loro schede e le inserisce in una attività outbound di "customer satisfaction". Questi clienti, identificati in automatico dalla piattaforma, vengono contattati dall'agenzia per raccogliere informazioni riguardo a come è trascorsa la vacanza (seguendo la traccia di un questionario precedentemente preparato e collegato all'attività in questione).

In base alle risposte al questionario, Contact Pro manderà documentazione aggiuntiva o, volendo, delle immagini riguardanti i luoghi della vacanza trascorsa in modo da rievocare ancora una volta le atmosfere del viaggio e invogliare il customer a ritornare.

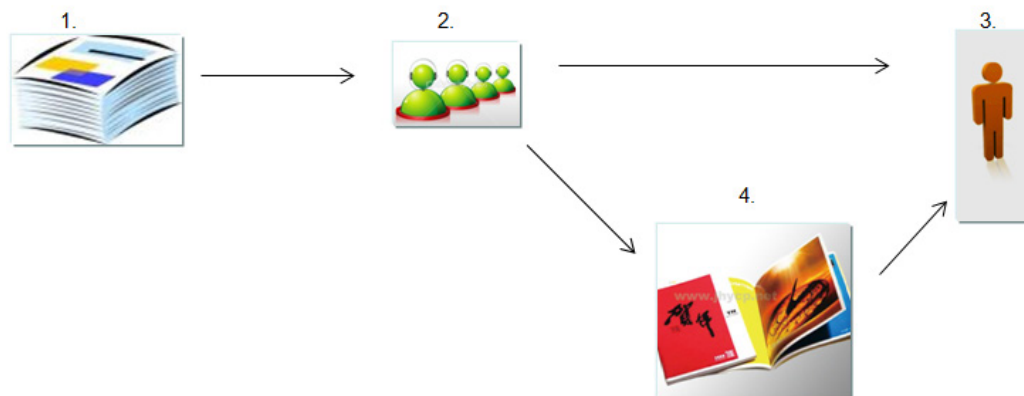


Figura 5 – Contact Pro Holiday CRM nella gestione della customer satisfaction

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

Social telemarketing

Contact Pro permette di estrarre le informazioni dei contatti di social network come ad esempio Facebook, LinkedIn, Blog, Forum.

L'agenzia di viaggio avrà a disposizione, nello strumento integrato di Contact Management del CRM, anche il bottone per contattare sul social network specifico senza accedere ad altre piattaforme tecnologiche oltre Contact Pro. L'agente potrà quindi consultare i dati dei suoi clienti o dei potenziali estratti eventualmente dal web e dunque inviare messaggi tramite l'uso di questo canale per fare offerte o suscitare comunque l'interesse del prospect/customer.

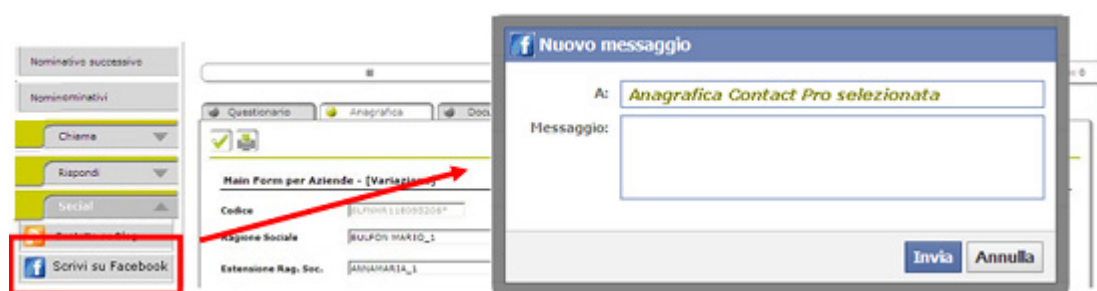


Figura 6 – Contact Pro Holiday CRM nella gestione dei contatti Social

Il sistema gestirà anche le risposte avvisando la necessità di continuare a gestire l'opportunità di vendita generata.

Supporto e gestione emergenze

Può capitare che durante le proprie vacanze i viaggiatori incorrano in contrattempi. L'agenzia tramite una attività di telemarketing inbound potrà gestire le richieste di supporto dei customer e trovare insieme a loro delle soluzioni.

Per quanto riguarda invece le emergenze che emergono prima della partenza, l'agenzia una volta conosciuta la problematica potrà contattare direttamente i customer impattati dalla problematica e riorganizzare la loro vacanza, in questo caso sarà gestita una telefonata outbound.

Monitoraggio vendite delle agenzie

Contact Pro Holiday CRM permette di raccogliere anche le anagrafiche dei referenti delle agenzie. Attraverso la componente di business analytics di prodotto, chiamata Interrogazioni, l'agenzia potrà accedere ai dati di andamento e di storico dell'andamento del business (conteggio vendite, eventuale conteggio fatturato, suddivisione vendite per tipologia di viaggio).

Contact Pro 2011 Social Holiday CRM

La piattaforma Contact Pro 2011 Social Holiday rappresenta lo stato dell'arte della gestione dei processi Holiday e dei processi Social grazie ad una solida infrastruttura applicative e grazie ad un modello dati costruito sull'esperienza di agenzie di viaggio e tour operator che hanno adottato Contact Pro come strumento di Marketing CRM aziendale.

Di seguito il macro data model del database di marketing holiday CRM a supporto dei professionisti del settore:

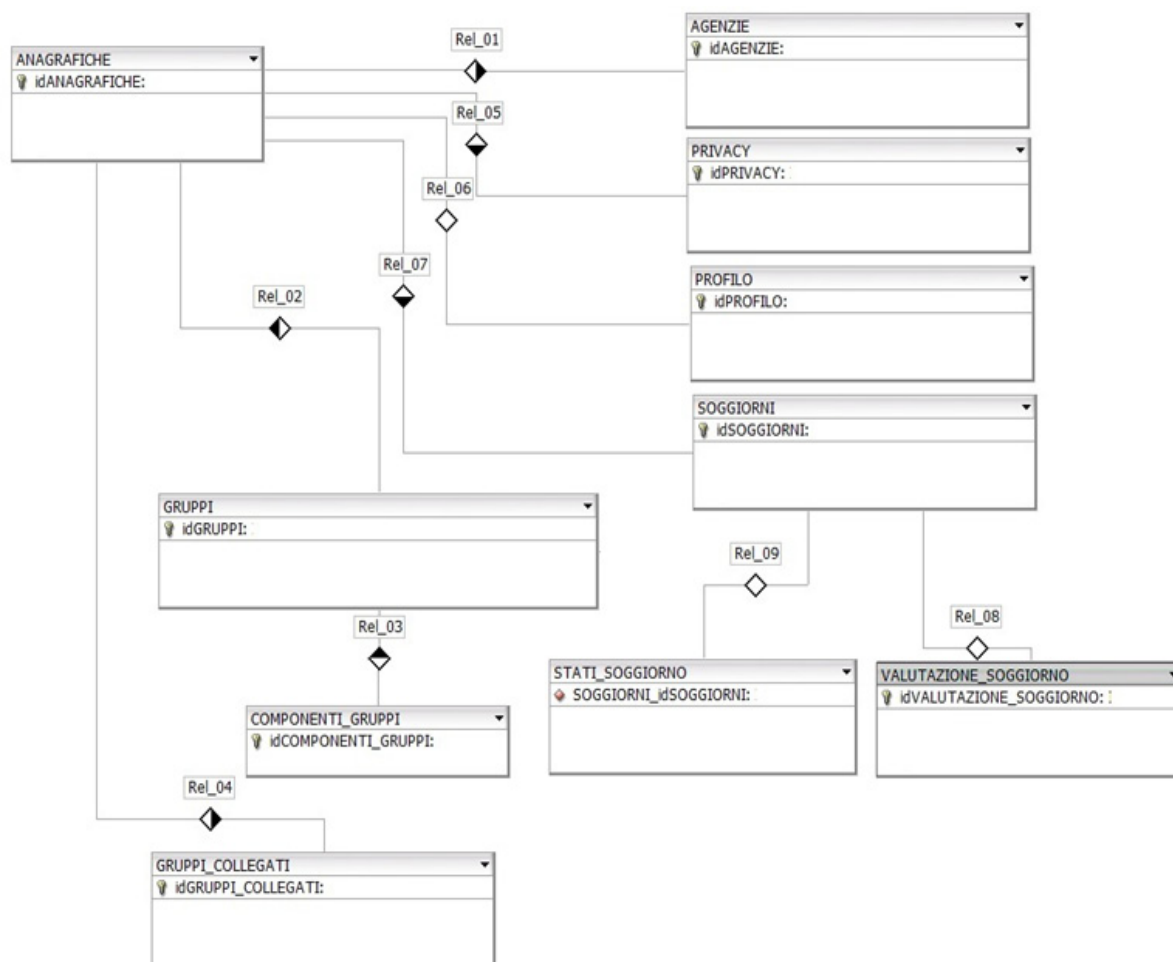


Figura 7 – Contact Pro Holiday CRM database