



## Contact Pro è alla base delle attività di telemarketing e customer satisfaction di CarWorld Italia

### L'azienda

Il Gruppo CarWorld Italia è una tra le più importanti realtà nazionali nel settore della distribuzione di veicoli e di servizi connessi al mondo dell'auto.

Fondata nel 1997 da un nucleo di concessionarie attive fin dagli anni '60, nel corso della propria attività la società ha sviluppato tre differenti aree di business: *CarWorld Dealer*, che racchiude un Network di concessionarie per la vendita di auto nuove; *CarWorld Service*, che sviluppa una pluralità di servizi accessori dedicati al mondo della vendita delle auto (pratiche automobilistiche, logistica, noleggio, etc); *CarWorld New Business*, area che racchiude iniziative innovative dal settore della vendita strutturata di auto usate a quello delle aste computerizzate di auto riservate a operatori del settore.

Il Dealer Network raggruppa oggi sei tra i più importanti marchi automobilistici mondiali: Fiat (concessionarie Mocauro per la Lombardia e Unimar per la Liguria), Lancia (concessionarie Mocauro per la Lombardia e la Liguria), Alfa Romeo (concessionarie Autovar), Ford (concessionarie Ambrostor) Nissan (concessionarie Autocom), Iveco (concessionarie Milanocarri).

CarWorld Italia concentra la propria attività nelle aree di Milano e Genova dove sono distribuite le 10 sedi del gruppo, in cui operano oltre 500 collaboratori diretti e dove sono coordinate 140 officine autorizzate indipendenti.

I volumi di vendita, che passano dalle 6.700 auto nuove del 1997 alle 28.000 vetture (tra nuovo e usato) nel 2005, trasformano CarWorld Italia nel principale operatore indipendente del mercato. Oltre a questi volumi di vendita, il Gruppo ha gestito in fleet management oltre 45.000 veicoli, ha dedicato 400 mila ore ai servizi di assistenza e ha distribuito sul mercato 42 milioni di euro di ricambi, per un fatturato consolidato complessivo di oltre 400 milioni di euro.

### Il contesto

Tra il 1997 e il 1999, a fronte di una grossa crescita del Gruppo, nacque l'esigenza di centralizzare tutte le attività di marketing e comunicazione, creando una struttura specifica e avviando un'attività di call center. Si presentò perciò l'esigenza di avvalersi di uno strumento che consentisse di gestire in modo adeguato questo cambiamento. Un'attenta analisi dell'offerta del mercato portò l'azienda a scegliere Contact Pro di Sysman, soluzione di Customer Relationship Management (CRM) per il database marketing, il telemarketing e il contact management. Tale soluzione venne implementata nel luglio del 1999.

"Abbiamo scelto Contact Pro - ha dichiarato Claudia Ferrazzi, responsabile CRM di CarWorld Italia - per la sua versatilità e per la sua capacità di adattarsi perfettamente alle nostre esigenze. In particolare, un elemento che ha giocato un ruolo basilare nella nostra decisione è stata la totale parametricità della soluzione di Sysman, che ci ha permesso di costruire una struttura dati ideale al nostro business. Inoltre, le sue interfacce davvero user-friendly ci hanno offerto la possibilità di migliorare il modo di gestire le relazioni con i nostri clienti. Il passaggio alla nuova modalità operativa si è svolto in maniera facile e intuitiva, senza che si rendesse necessario fare del training".

### La soluzione

Attualmente Contact Pro viene utilizzato in CarWorld Italia per attività di outbound e di data entry. Il Call Center si occupa dell'aggiornamento del database aziendale, con la gestione delle anagrafiche sia della clientela che dei prospect. Inoltre, svolge un'attività di customer satisfaction e di telemarketing classica usando Contact Pro come database. Il modulo integrazione Call Center di Contact Pro garantisce la perfetta sincronizzazione tra la parte telefonica (Call Center) e quella della gestione dei dati (marketing database) consentendo di massimizzare i contatti e di raggiungere un elevatissimo grado di efficienza.



Uno dei saloni di **AutoPlanet** - Il mondo nuovo dell'usato

“Abitualmente, svolgiamo un’attività di mailing e utilizziamo i flussi di export di Contact Pro per selezionare il target - ha aggiunto Ferrazzi -. Tramite specifiche query selezioniamo le persone con il profilo adatto alla promozione commerciale che intendiamo attuare. Tali nominativi vengono poi indirizzati al nostro personale di vendita”. Al momento, Contact Pro gestisce circa 500.000 anagrafiche di Card World Italia.

Nel corso degli anni, al mutare delle necessità aziendali, la soluzione è stata via via arricchita di maschere di interfaccia verso i dati. “E in questo senso, è emerso un altro aspetto fondamentale della partnership con Sysman - ha precisato Ferrazzi -, ovvero di avere al nostro fianco un’azienda sempre disponibile e capace di rispondere alle nostre necessità prontamente e con adeguate competenze”.

## Risultati e vantaggi

Grazie alla sua modularità, Contact Pro ha permesso a CarWorld Italia di affrontare l’approccio al CRM in modo graduale, rispettando i tempi e le aspettative aziendali, con un investimento commisurato agli obiettivi da raggiungere.

“Contact Pro è stata sicuramente un’ottima scelta: ha soddisfatto completamente le nostre esigenze e ci ha permesso di dar vita a un sistema per la gestione dei rapporti con i clienti ideale per il nostro tipo di lavoro. Ci ha poi permesso di avere una buona integrazione con Access e Excel, consentendoci di fare in prima persona, in modo semplice e intuitivo, alcuni aggiornamenti e personalizzazioni”.



Il CarWorld Center di Via dei Missaglia 89 a Milano

**Sysman s.r.l.**  
Via Ivrea, 75  
10016 Montalto Dora (TO)  
Tel. 0125652411  
Fax 0125652392  
E-mail: info@sysman.it

[www.sysman.it](http://www.sysman.it)