Contact Pro CRM
by Sysman

Release 2017

Contenuti

Premessa 2

Sintesi Contenuti 3

Funzionalità utente

Mobile Marketing 7
Online Survey 6
Multichannel CRM 8
Interactive BPM 11
Play with data entry 15
Customer Intelligence 18
Ready Telemarketing 22
Ready Sales Force 25
Technical Enhancments 28

Premessa

Nell'era "digitale" l'interazione umana rimane una componente vitale della soddisfazione del cliente.
Questo è quanto emerge da analisi di numerosi partner e società specializzate nelle ricerche di settore. Ben l'ottanta per cento, 80%, dei consumatori preferiscono trattare con gli esseri umani su canali digitali di ieri e di oggi.

Osservando i numeri si ha che circa il 52% dei consumatori hanno cambiato fornitore, nell'ultimo anno, solo per il servizio scadente.
Per riequilibrare i canali del servizio clienti digitali e tradizionali, le società devono:

- Far sedere allo stesso tavolo sia gli "elementi umani" che gli "elementi fisici e tecnici" in un'ottica di creare un servizio cliente figlio di nuovi ragionamenti e nuove strategie di investimento finalizzato a produrre valore. Un valore cliente per la sua soddisfazione su tutti i canali di comunicazione.

- Rendere più facile il cambiamento della modalità di interazione da digitale a "umano" al fine di ottenere sempre le esperienze comunicazione che desiderano.

- Ricercare e Identificare le esperienze dei clienti a maggior rischio di downside di relazione. Questi "insight" dovranno supportare le strategie di CRM aziendali.

- Garantire la sicurezza dei dati personali affinché i clienti saranno più disposti a consegnare le informazioni personali che possono essere sfruttate per fornire esperienze migliori.

- Lavorare molto sul paradigma "on the go". La mobilità permette la connettività dei clienti ormai esperienza culturale imprescindibile in qualunque contesto relazionale.

L'integrazione con le nuove tecnologie di comunicazione, soprattutto in mobilità, la componente social di partecipazione e collaborazione e la diffusione della multi canalità, hanno acquisito un'importanza cruciale nella realizzazione di **soluzioni CRM** che creino effettivo valore **reattivo ma soprattutto predittivo** con l'adozione delle componenti di business intelligence e business analytics.

Sintesi Contenuti

La nuova suite di funzioni e soluzioni **Contact Pro 2017** è caratterizzata dall'essere una piattaforma di collaborazione multi canale e una piattaforma di analisi operativa e predittiva sul database aziendale opportunamente configurato. Nonché una **piattaforma reattiva** e immersiva rispetto ai sistemi e attori digitali o umani coinvolti.

L'approccio alle richieste dei clienti, ai malesseri dei clienti, e alle azioni verso i clienti stessi deve essere continuo e coprente nei termini di tempo e figure della azienda coinvolte.

Solo l'adozione di uno strumento completo, come Contact Pro Workflow Manager 2017, capace di erogare anche supporto al "business process management", può dare quel fattore differenziante in questo mercato altamente competitivo permettendo un approccio reattivo e dinamico.

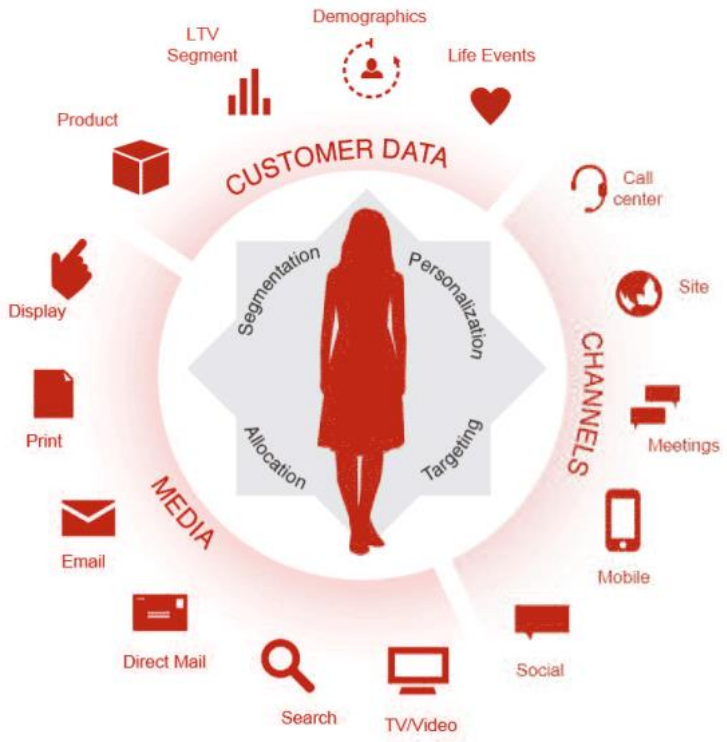
I processi di CRM più conservativi, descritti nella figura precedente, possono essere estesi, grazie alla piattaforma, con i servizi essenziali per il nuovo scenario di mercato e descritti di seguito.

Platform digital transformation services

I servizi di CRM devono consentire alle organizzazioni di creare messaggi, offerte e promozioni mirate e contestuali da recapitare direttamente sul touchpoint di riferimento, che sia esso online, offline o sul luogo di acquisto, il che di fatto consente l'attivazione di nuove opportunità di business.

Customer proximity data and channels interactions

I dati prodotti dai consumatori oggi rappresentano uno dei beni più importanti a disposizione delle azienda. La digital strategy si basa sulla misurazione e il monitoraggio del customer value attraverso l'analisi dei dati, consentendo alle aziende di trasformare tali dati in informazioni che consentano di individuare segmenti di clientela. Oggi la capacità di filtrare, arricchire, elaborare e trasformare grandi moli di dati in conoscenza è alla base della creazione di nuovi business.



Omnichannel digital customer engagement

Contact Pro 2017 introduce una maggiore presidio del significato di multicanalità di un Contact Center e una maggiore analisi dei dati, dimensione estesa, derivanti dalle interazioni con i prospect o i clienti. Tutto ciò permette una sinergia nella comunicazione tra gli attori del business che interagiscono con la piattaforma stessa e il cliente finale.

L'interazione guidata e strutturata con i touchpoint dei nostri prospect e customer deve attingere da un approccio data-driven, supportata dalle nuove aree della soluzione Contact Pro, per la definizione delle buyer personas e l'identificazione della corretta comunicazione nelle differenti fasi dell'esperienza *prospect -> customer*.

Comunicazione resa possibile in ogni momento, digitale e umano, attraverso strumenti di collaboration e controllata da strumenti di business process management.

Sintesi Contenuti

Le nuove aree funzionali della release 2017:

- **Omnichannel digital customer engagement.** La pluralità di canali con cui il cliente può entrare in contatto con l'azienda, ormai è un obiettivo della comunicazione e del paradigma del CRM, l'integrazione di questi canali risulta l'elemento fondamentale per consentire una significativa e continua evoluzione della relazione con il cliente.

    - **Mobile Marketing.** Le notifiche push verso i device in mobilità possono costituire per le aziende un efficace strumento di attivazione e ingaggio dei clienti piuttosto che dei venditori, nelle attività di marketing e nelle attività di vendita.

    - **Online Survey.** Per prendere decisioni strategiche, a livello aziendale, si deve voler acquisire una conoscenza più approfondita dei propri clienti e del mercato stesso. Le online survey abilitano a questo risultato diventando al tempo stesso una fonte dei customer insights (touch points). Sysman ha integrato un leader nel mercato delle online survey: **Survey Monkey**.

    - **Multichannel CRM.** Comunicazione a 360° nei tempi e modi che il cliente preferisce. Alternando canali diretti, quindi invasivi, a canali indiretti quindi lasciando all'utente finale il "comfort giusto" per darci le risposte richieste.

    - **Interactive Business Process Management.** Creazione e definizione di un workflow collaborativo tra machine to machine e machine to human.

- **Customer proximity data interactions**

    - **Play with Data entry and Data Advanced Discovery,** la quotidianità del CRM operativo è fatta di data entry, analisi veloci sull'erogazione del servizio del contact center stesso e un accesso ai dati, anche di dimensioni notevoli, intuitivo e immediato. La user experience nella ricerca dei dati non è mai stata così semplice.

- **Customer insights and 360° Data Analysis**

- **Ready Applications** Contact Pro 2017 mette a disposizione delle applicazioni web pronte a supportare processi standardizzati e ottimizzati durante l'esperienza dei numerosi casi d'uso Sysman nella sua storia trentennale. Nuove funzioni per:

    - Marketing Web Campaign management.
    - Sales Force Automation and Predictive Lead Scoring.

Una recente ricerca, dell'azienda Responsys condotta sugli utenti di smartphone, evidenzia che il 57% dei clienti scarica l'app dei propri brand preferiti. Questo valore arriva al 71% nei giovani tra i 18 e i 34 anni.

Lo smartphone oggi può essere considerato a tutti gli effetti come una estensione del nostro corpo: lo abbiamo sempre con noi in ogni momento della giornata, e siamo in tanti a lasciarlo acceso sul nostro comodino anche di notte.
Per questi motivi oggi viene considerato come lo strumento privilegiato per inviare e ricevere comunicazioni di carattere personale, che richiamano la nostra attenzione attraverso il segnale emesso dalle notifiche push delle app che abbiamo installato su di esso.

I vantaggi nell'utilizzo di questa tecnologia sono evidenti sia per gli utenti finali che per le aziende. I brand che le utilizzano per comunicare con i propri clienti riscontrano un tasso di apertura dei messaggi promozionali del 50% più alto rispetto alle tradizionali newsletter, con un click-through rate raddoppiato.

Contact Pro 2017 integra una tecnologia leader di mercato per la notifica push, attraverso algoritmi decisionali implementati con il Workflow Manager, per la comunicazione verso qualsiasi piattaforma mobile: iOS o Android.

E ancora, le notifiche generate dalle applicazioni installate volontariamente negli smartphone generano un'attenzione più alta da parte dell'utente rispetto agli SMS o alle e-mail, e si configurano come un canale immediato e diretto per veicolare messaggi capaci di giungere agli occhi del cliente.

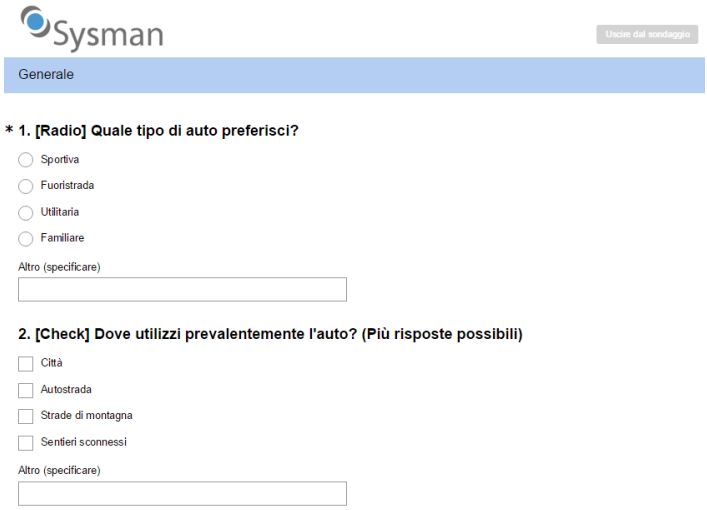
In effetti, più del 70% degli utenti di smartphone afferma che le notifiche sono utili perché consentono di ricevere informazioni in tempo reale sugli aggiornamenti delle applicazioni e sui contenuti veicolati al loro interno.

L'impresa deve mettersi in condizione di capire la valutazione e la percezione che il mercato, prima di tutto, ha dell'azienda e dei suoi prodotti e servizi.

Per fare questo occorre una gestione integrata di tutte le fonti “rilevanti” di informazioni, strutturate e destrutturate tra cui il canale survey web online che può essere fruito da portali, da mobile o via email.

Contact Pro 2017 integrato con il leader mondiale Survey Monkey.

L'integrazione delle informazioni raccolte tramite survey, customer service, follow-up, social network, blog e forum permette di valutare il profilo competitivo dell’azienda e di mappare la Customer Journey, ovvero, comprendere i principali punti di contatto attraverso i quali il cliente/consumatore vive un’esperienza rilevante con il Brand.
Contact Pro 2017 ha integrato un leader di mercato come **Survey Monkey** raggiungendo l’obiettivo di dare ai propri clienti uno strumento completo per la creazione di un cluster di indagine fino alla ricezione automatica delle risposte e l’analisi procedurale delle stesse.



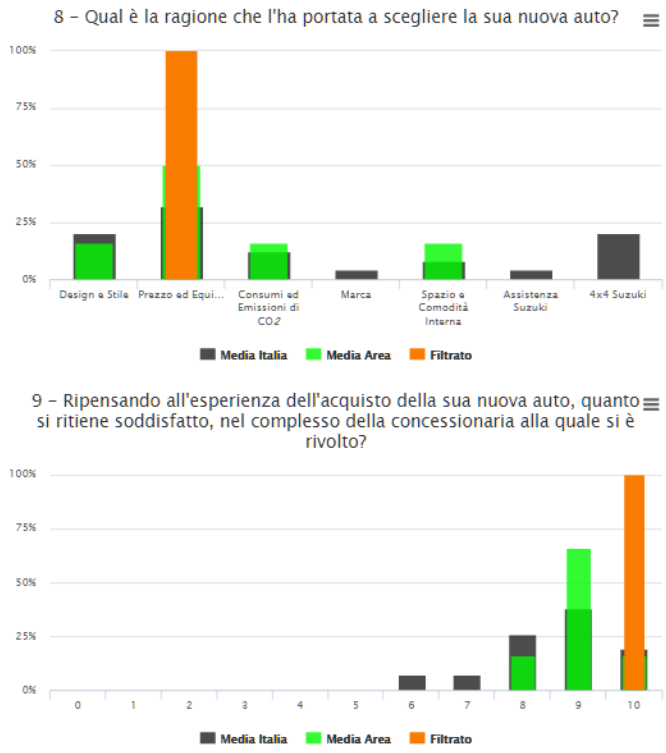
Esempio di questionario on line che l’utente riceve via email o via mobile.

Contact Pro 2017 Survey Online abilita alle seguenti strategie aziendali:

- Indagini di Customer Satisfaction. Questo strumento viene adottato dall'ufficio servizio clienti delle aziende. Per ogni evento/prodotto/servizio erogato, viene misurata la qualità percepita dagli utenti relativamente al livello di servizio ricevuto.

- Excellence in execution. Oltre a misurare la customer satisfaction dei clienti si misurano altri parametri di "progetto", come il raggiungimento degli obiettivi comunicazionali (e quindi se gli investimenti sono stati mirati).

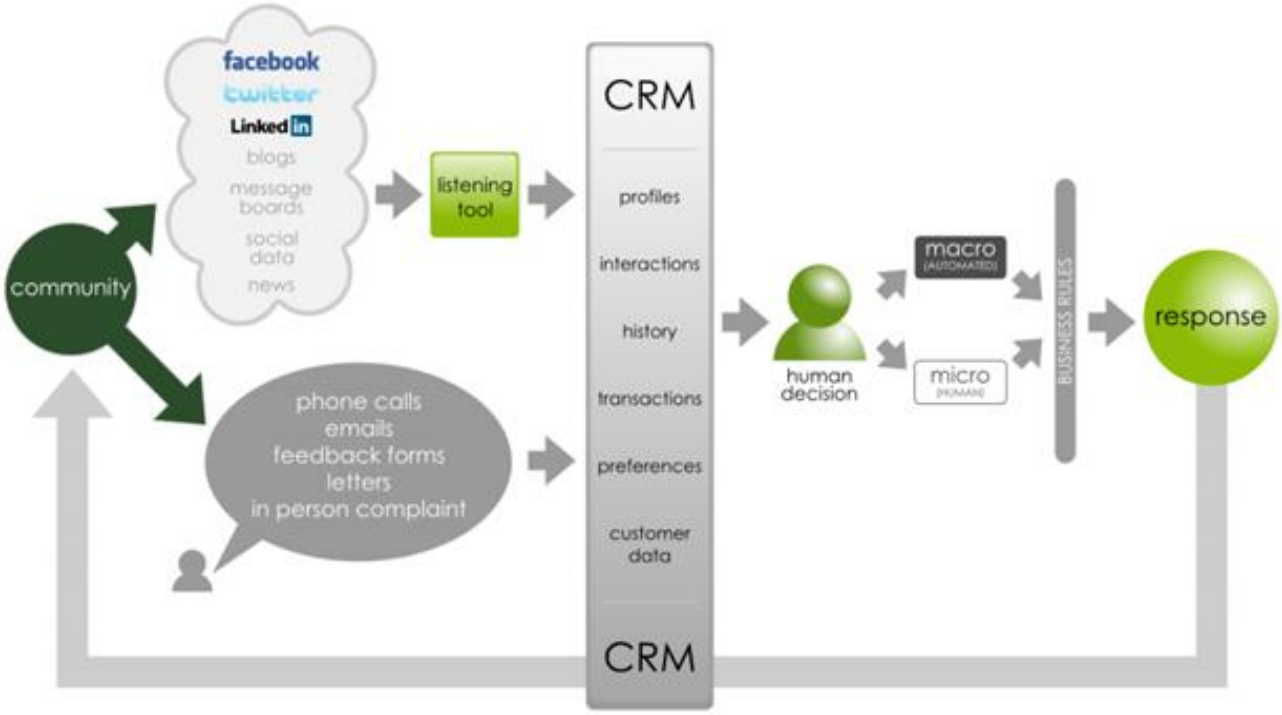
L'andamento potrà essere controllato nel dettaglio del dato o con molteplici dashboard che diano la distribuzione quantitativa delle risposte come evidenziato dalla figura successiva.



Esempio di dashboard per il controllo e l'analisi delle indagini generate.

Contact Pro 2017 Survey Online permettere di raccogliere e conoscere il grado reale di soddisfazione dei clienti verso l'azienda, quindi la vera dimensione della Customer Satisfaction "ascoltata" via mobile, via email o via portale aziendale.

CRM come strategia di business volta a costituire relazioni personalizzate e di lungo periodo con il cliente. Da grande alleato il CRM permette di conoscere il cliente, trovare informazioni, tenere traccia dei clienti contattati, dà delucidazioni sulla dicotomia win/lose.



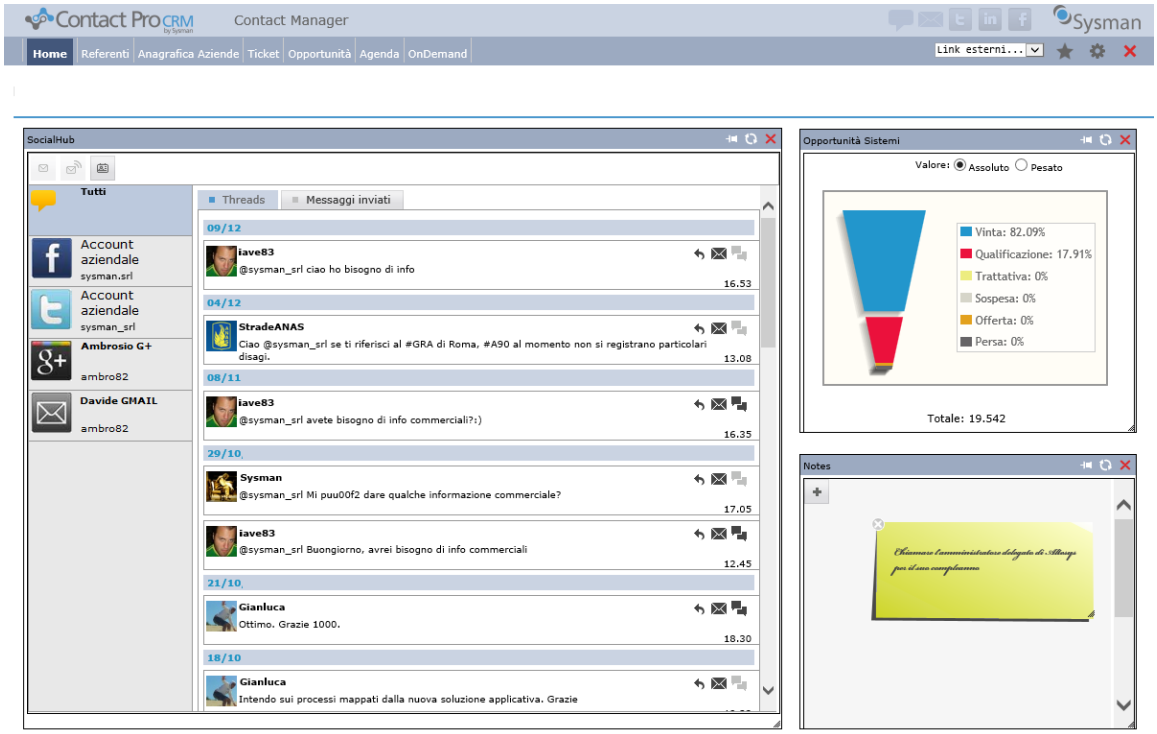
Il ciclo virtuoso della comunicazione multicanale attraverso Contact Pro 2017.

Un monito a riorganizzare al meglio il reparto customer care è il seguente: "una buona interazione può diventare una buona transazione".

Il CRM soprattutto la nuova release, deve quindi l'azienda, con un approccio alla pluralità delle forme e dei modi di comunicare, a comprendere il cliente con i dati comportamentali e la conoscenza della navigazione sui diversi canali, nonchè ad assumere un approccio commerciale differenziato per obiettivo.

Strumenti immediati per il presidio della multicanalità dei contatti.

Lo scenario attuale ci pone dinanzi ad un consumatore sempre più informato, la customer experience diviene centrale insieme all'importanza dell'ascolto, in sostanza è il cliente a dettare le regole di come interagire.



Strumento unico per la gestione contemporanea della multicanalità dei contatti.

Contact Pro dà gli strumenti per una interazione rapida, intuitiva e veloce con la nuova Message Bar che racchiude in un unico punto l'accesso canali Social, eMail, chat e di collaborazione interna (funzione message broadcasting).

Strumento unico per la gestione contemporanea della multicanalità dei contatti.

Per Workflow Management si intende l'uso di schemi grafici per definire dei processi organizzativi e un sistema per il loro funzionamento e controllo.

L'impresa è una macchina complessa che va messa a punto costantemente. Se si prova a descrivere che cosa caratterizza una azienda di successo, si scopre presto la sua capacità di differenziare i processi chiave rispetto ai concorrenti, laddove per processo di business si intende un insieme di attività coordinate e supportate da persone, tecnologie e conoscenze.

Processi aziendali come evadere un ordine, rispondere ad una richiesta del cliente o produrre un nuovo bene di consumo nei tempi e coinvolgendo gli attori corretti per massimizzare l'efficienza produttiva dell'azienda stessa.

Il Contact Pro workflow può rendere efficienti e automatizzate le procedure aziendali.

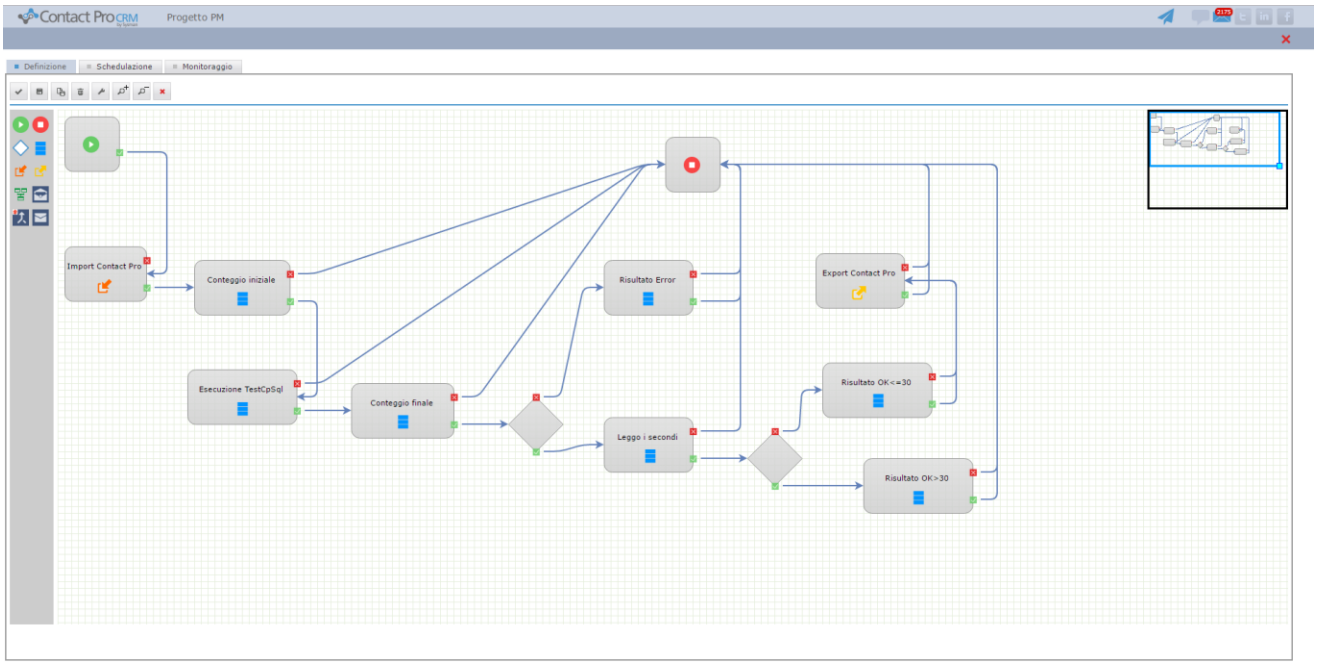
Sempre di più il vantaggio competitivo di una azienda dipende dalla sua abilità di eccellere nei processi chiave di business.

Questo corrisponde sempre di più a coordinare il lavoro delle persone, definendo a fronte di un particolare evento, chi deve fare che cosa, con quali strumenti, con quali informazioni, con quali poteri decisionali.

Il coordinamento delle persone e l'interazione con le stesse deve avvenire con strumenti "quotidiani". L'utente interagisce con maggiore facilità con qualcosa che sia famigliare, qualcosa che sia coerente con il cambiamento culturale del modo di interagire delle persone.

Le persone interagiscono a qualunque ora e in qualunque posto, in altre parole in mobilità (smartphone).

Contact Pro Workflow Manager 2017 rappresenta una risposta tecnologica che consente di coordinare e supportare queste necessità, qualunque sia il sistema qualunque sia il luogo qualunque sia il momento.



Il Contact Pro work flow può rendere efficienti e automatizzate le procedure aziendali.

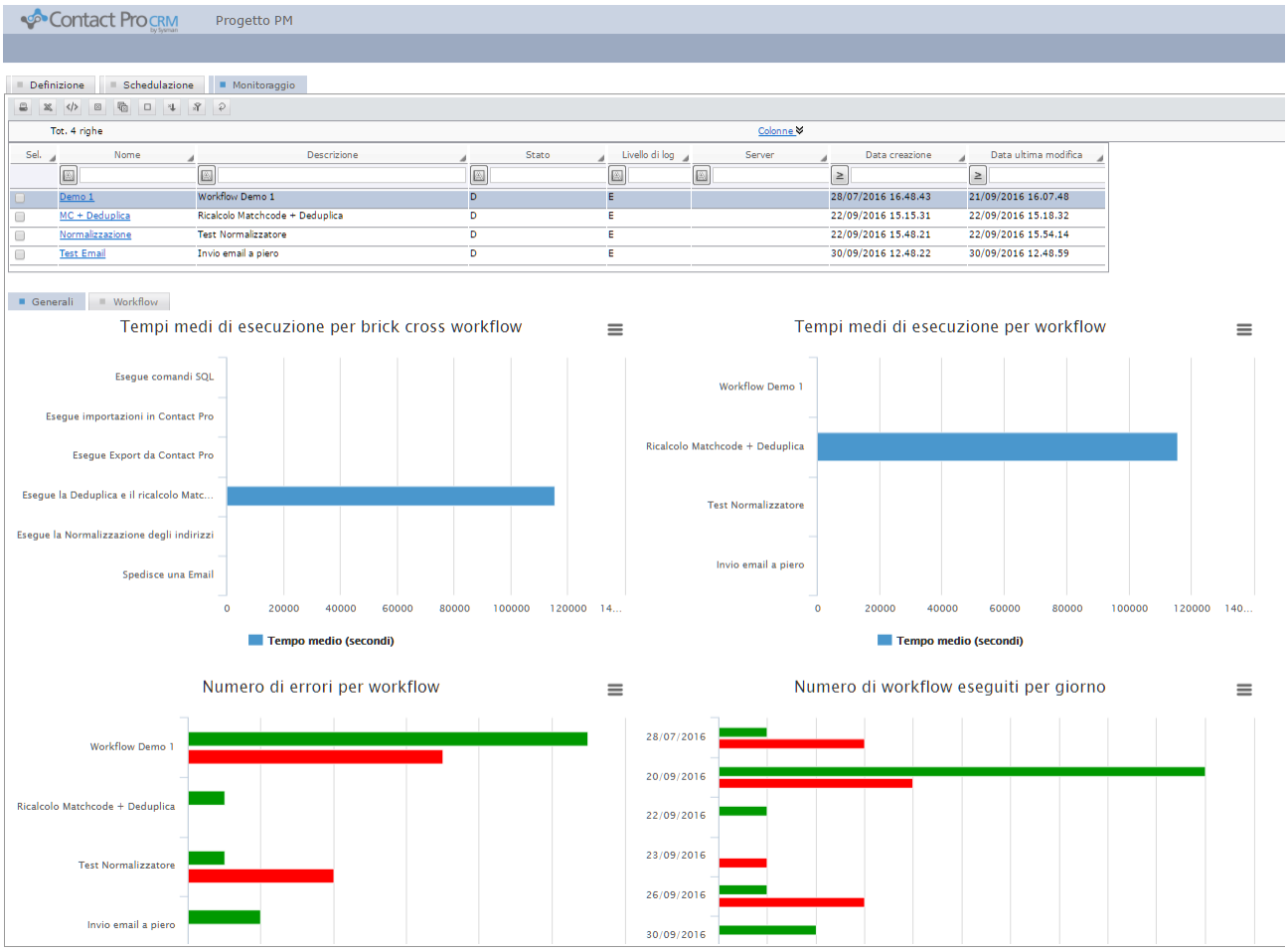
Il primo passo sarà quindi analizzare un processo aziendale, attori e sistemi e decisioni correlate, e cercare di razionalizzarlo.

Il BPM 2017 offre un nuovo strumento visuale di definizione, Designer, che permette prima di tutto di "fotografare" il work flow che andrà implementato ma soprattutto automatizzato e migliorato.

Lo strumento, se adottato correttamente, permetterà di facilitare il raggiungimento di obiettivi descritti di seguito in un percorso di miglioramento circolare e continuo.

Di seguito i possibili risultati:

- Rispetto delle procedure aziendali.
- Aumento di produttività e della velocità esecutiva dei vari task operativi. Soprattutto per i task ripetitivi. Ottimizzazione, Riduzione degli errori procedurali ed operativi.
- Misurazione continua delle performance per la creazione di un database, big data, di tipo predittivo e analitico. Tracciatura anche delle eccezioni.
- Flessibilità del personale (nuovi assunti o cambi di personale si trovano guidati dalle attività da intraprendere).
- Monitoraggio continuo e miglior controllo (stato di avanzamento, alerts).



Monitor grafico per il controllo della corretta esecuzione dei processi aziendali.

Supportare una proceduralità aziendale permette di avere a disposizione strumenti di controllo, guida e alerting, via email e notifiche push sui cellulari, delle procedure che coinvolgono sistemi e persone.

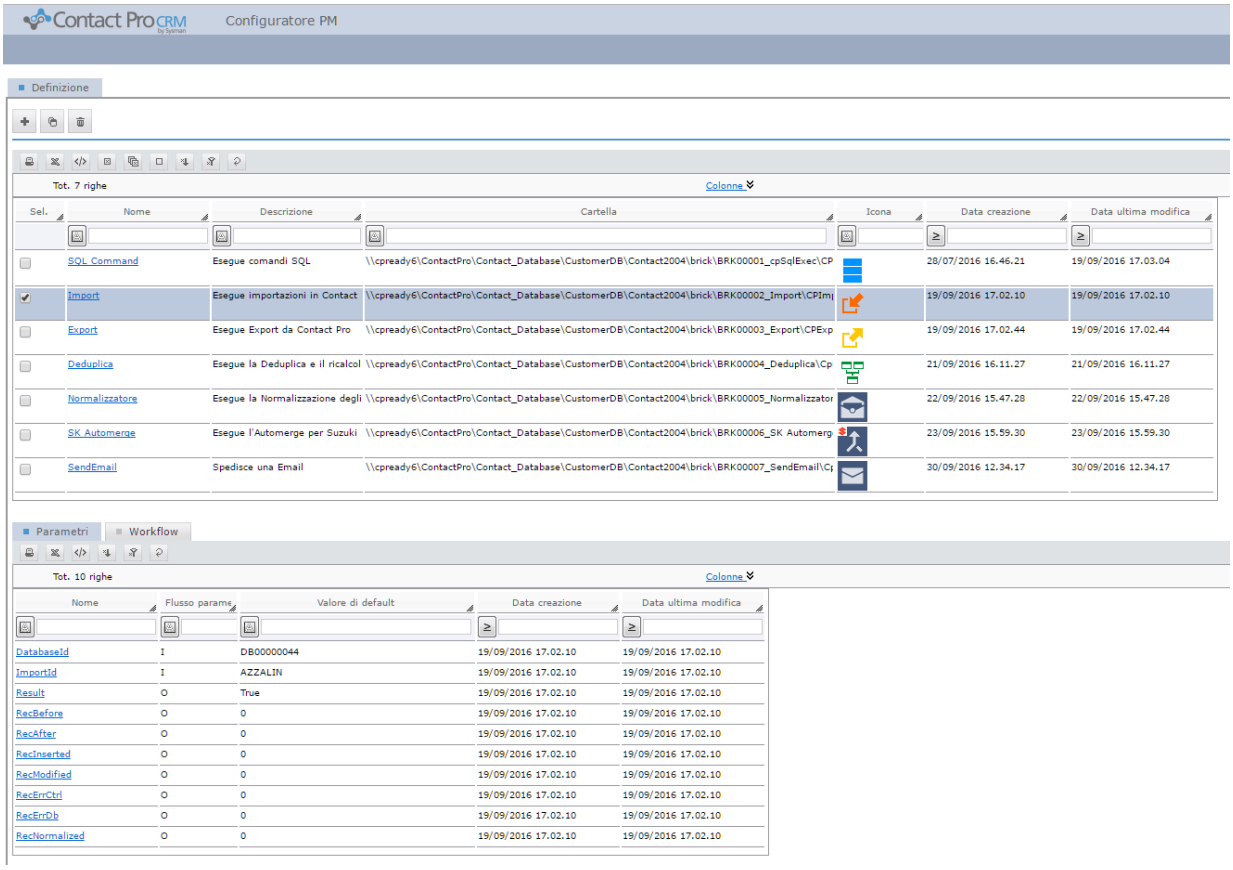
Workflow Manager 2017 permette inoltre di definire con maggiore semplicità gli elementi del workflow che disegna il processo aziendale.

Potranno far parte del workflow sia applicazioni che singoli servizi web che potranno interagire con i sistemi ma anche con le persone.

L'amministratore del sistema andrà semplicemente a definirli e caratterizzarli in una libreria di sistema come visualizzato nell'immagine di seguito.

Esistono un set di elementi, brick nella terminologia Contact Pro, già pronti che dovranno essere solo posizionati in un nuovo workflow.

Immaginiamo di disegnare in maniera intuitiva, a titolo di esempio, un processo aziendale che al termine del caricamento della lista dei prospect vada ad assegnarli ai dealer commerciali dell'azienda. Il workflow notificherà ai singoli venditori gli obiettivi giornalieri e coinvolgerà il direttore vendite, raggiunto da una notifica push sul suo cellulare, per l'assegnazione di lead di particolare rilevanza (economica ad esempio).



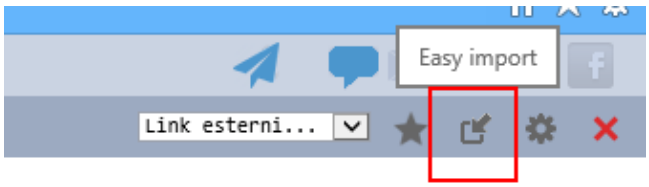
Interfaccia per caricare i propri programmi da automatizzare.

Un aspetto progettuale molto importante è dato dalla completa apertura del workflow a qualunque applicazione sviluppata anche dal cliente purchè rispetti i requisiti di collaborazione/interfaccia tra gli elementi del sistema.

Play with data entry

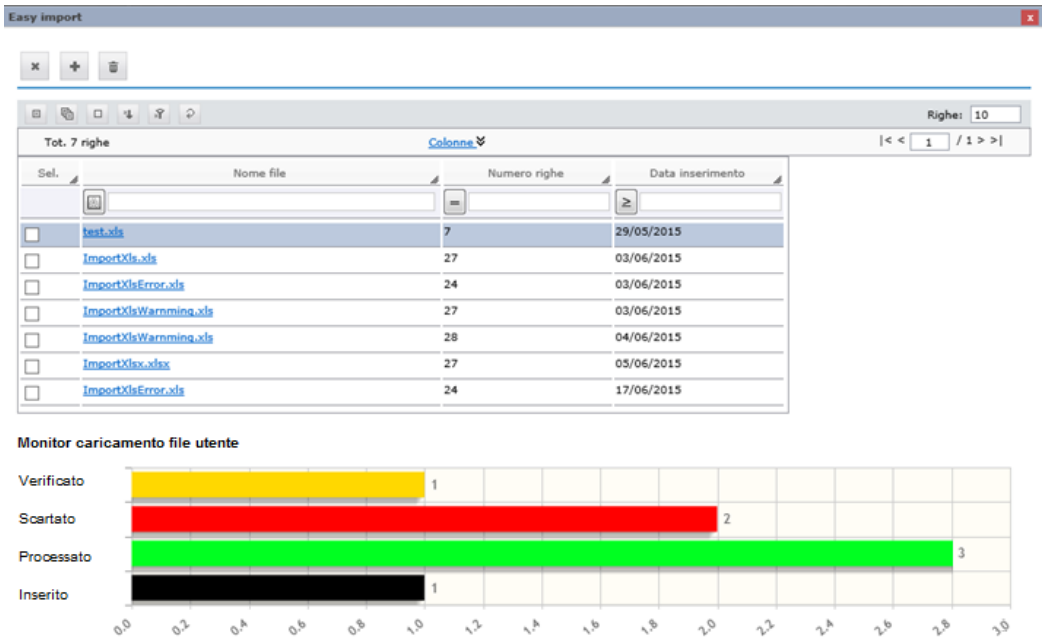
Esistono oramai tanti software che promettono di assolvere a funzioni di inserimento dei dati e di organizzazione degli stessi ai fini di una strategia di CRM.
Ma spesso parliamo di programmi "imponenti" e complessi, oltre che spesso molto costosi, che mal si cuciono addosso alle esigenze di piccole aziende, professionisti e freelance.

Inoltre, le attività di data entry (inserimento dati) ed i tempi impiegati nella gestione ed alimentazione di questi sistemi vanno tenuti in considerazione nella valutazione di convenienza e nella scelta fra un sistema piuttosto che un altro.



Spesso, infatti, le risorse in termini di tempo e dati possono abbattere sensibilmente le potenzialità di aumento della produttività che queste app promettono, sia che si parli di aumento delle vendita, di customer service, o di altre attività collegate.

Sia nel caricamento dei dati, direttamente da file xls (csv), che nel controllo e nell'automazione delle informazioni stesse che possono essere assegnate in automatico alle strutture vendita secondo vari criteri: territorialità, elegibilità dei portafogli o preferenze espresse dai customer stessi.



Interfaccia grafica per visualizzare il risultato delle operazioni di data entry massivo.

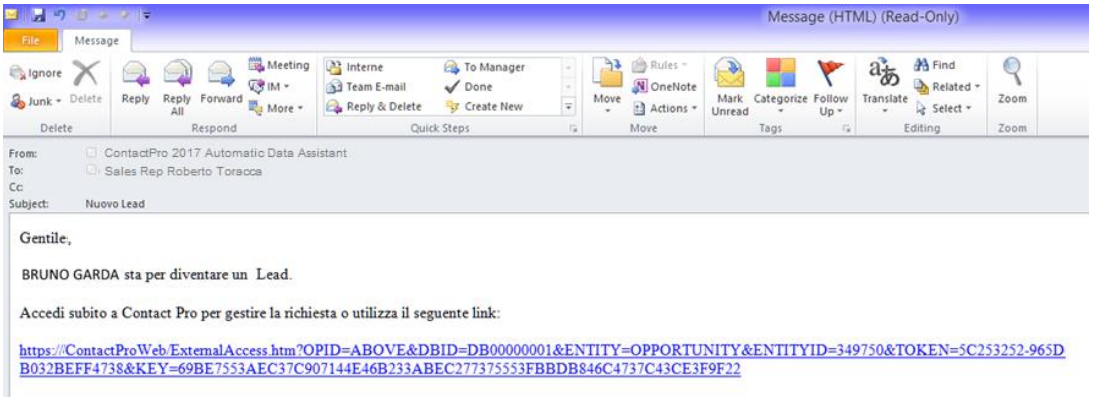
La nuova feature di import, all'interno delle funzioni "Play with data entry", permette di visualizzare i risultati dei propri caricamenti ma soprattutto abilita automatismi come la creazione di legami di parentela tra Referenti e Aziende, valorizzazione automatica di dati sensibili e personali come i dati di privacy.

Play with data entry

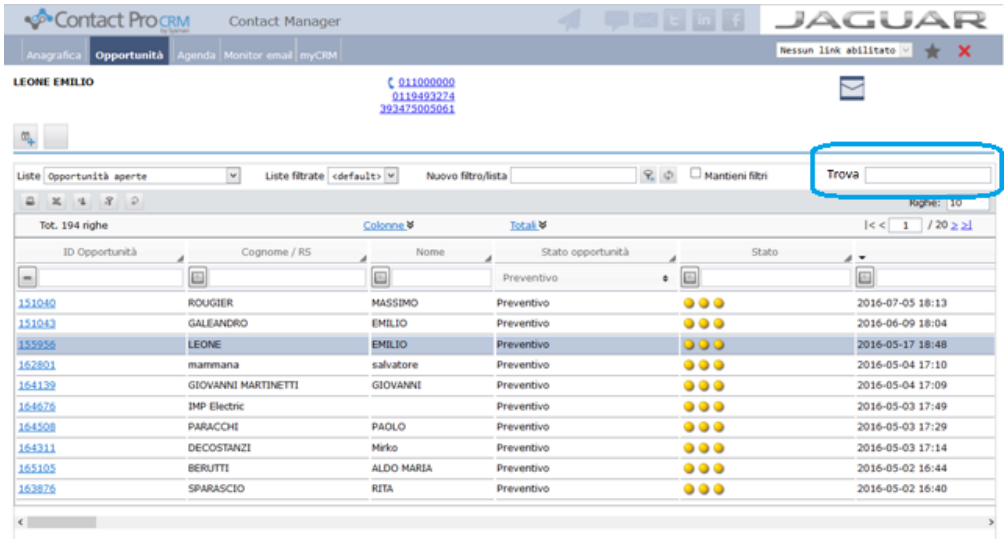
Contact Pro 2017 è stato ideato per la massima facilità d'uso.

Il processo di inserimento e di modifica dei dati è stato reso ancora più semplice e intuitivo nell'intera applicazione 2017. Il nuovo sistema include funzioni di modifica in linea e associazioni Smart che rendono più efficiente l'aggiornamento dei dati stessi senza necessariamente collegarsi alla piattaforma web e senza ricercare il dato da modificare.

La figura seguente mostra come il sistema Contact Pro 2017 invii una email all'utente finale, ad esempio un venditore o qualunque posizione dell'impresa che potrebbe non volere o non potersi collegare al CRM aziendale, con la richiesta di modificare un dato specifico semplicemente con un click sul hyperlink indicato e generato automaticamente nell'email.



Grazie a questa nuova feature, all'interno delle funzioni "Play with data entry", la complessità della gestione del processo di vendita o dell'assistenza verso i clienti può semplificata.

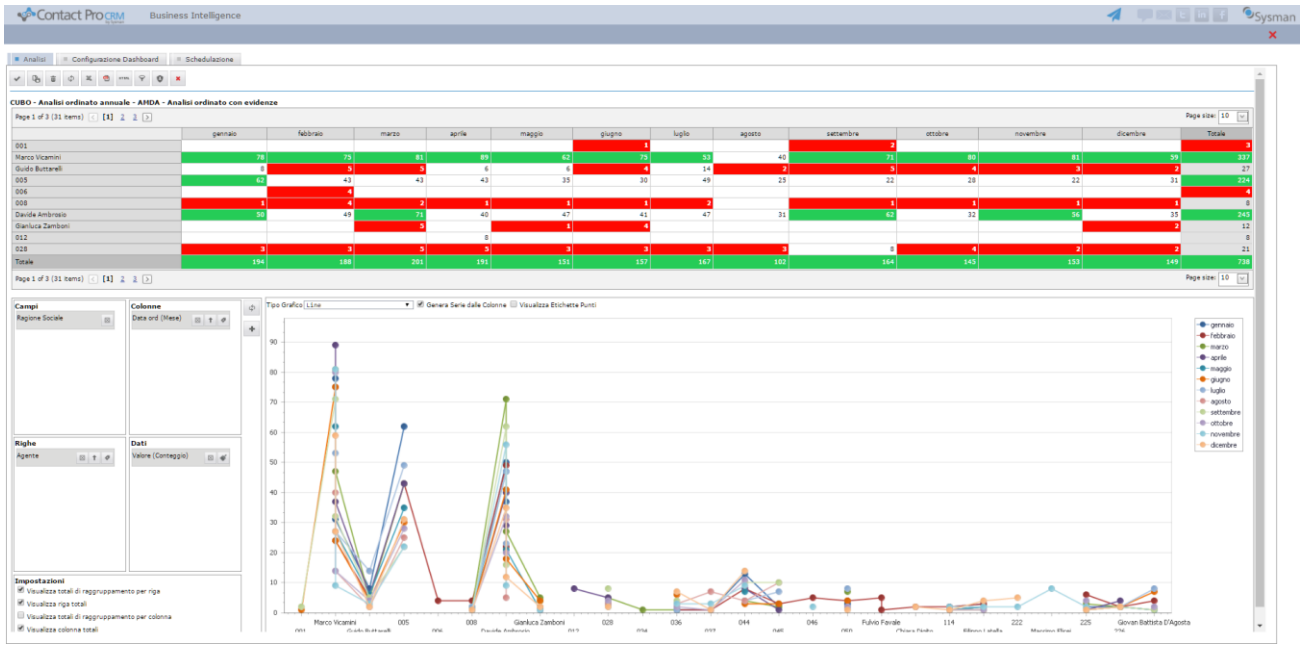


Infine la funzione di ricerca massiva su tutto il database semplicemente per chiave di ricerca. Immaginiamo di cercare un numero di telefono e il nostro sistema di CRM lo cerca tra gli ordini, le anagrafiche delle aziende piuttosto che nei ticket per darci il supporto a trovare le informazioni ricercate ma magari memorizzate in tante strutture dati diverse.

La rivista internazionale Bain, società di consulenza strategica, interpreta il CRM prima di tutto come un modo di porsi nei confronti del mercato e dei propri clienti, nonché un nuovo modo di lavorare all'interno dell'azienda.

Definita la strategia, la tecnologia ha un ruolo fondamentale nella realizzazione di una software crm online. Dal punto di vista tecnologico le soluzioni CRM devono essere basate su tre livelli gerarchici.

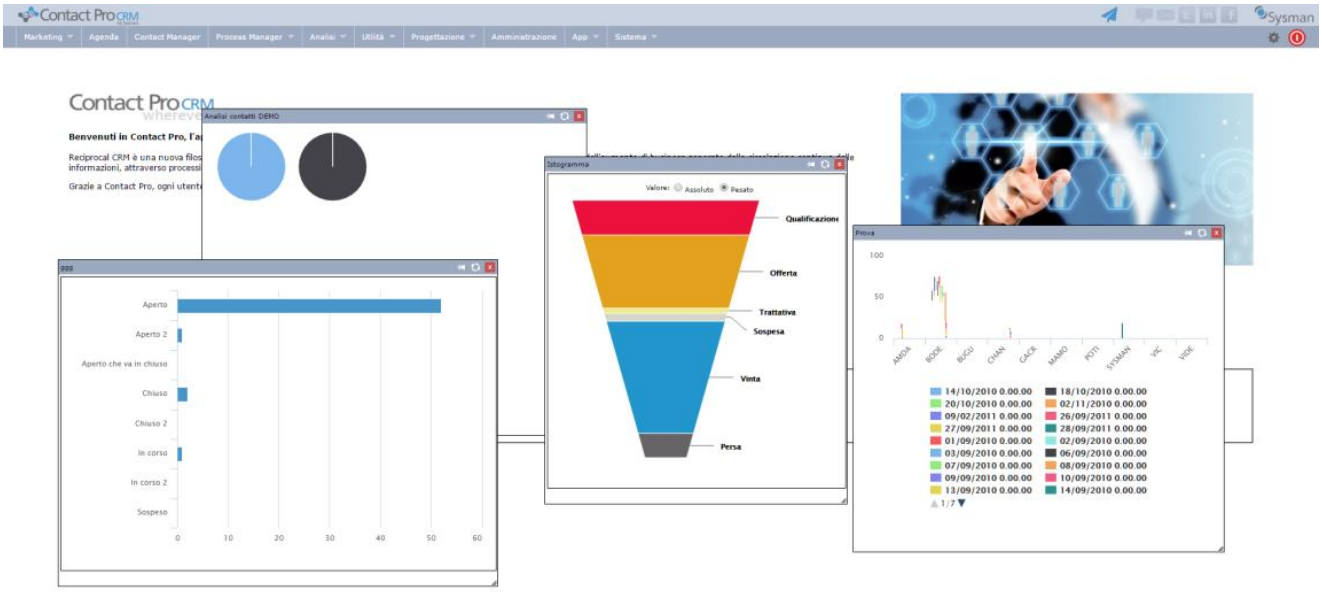
Il primo livello, chiamato CRM analitico ed oggetto della evoluzione della Customer Intelligence, è basato su strumenti di analisi dei dati e delle informazioni in grado di analizzare i dati provenienti da tutte le linee di business e da tutti i business entities dell'azienda.



Customer Intelligence 2017 permette nuovi controlli sui dati e una visualizzazione grafica più immediata e accattivante.

L'analisi e l'arricchimento dei dati di CRM al fine di ottenere un "profilo cliente" e la segmentazione della clientela necessaria a ragionamenti strategici o semplicemente in grado di alimentare "insights" automatici consultabili da diverse funzioni aziendali (dirigenza/sales).

L'obiettivo è di ricercare e identificare, con le funzioni di Business e Customer Intelligence, le esperienze dei clienti a maggior rischio di downside di relazione. Questo "insight" potranno supportare le strategie di CRM aziendali.



Customer Intelligence 2017 visual insights.

L'analisi del database di marketing, con la customer intelligence, permetterà di osservare che non tutti i clienti simboleggiano un buon investimento .
L'azienda avrà gli strumenti per creare dei cluster, qui è dedita a classificarli in base alla profittabilità potenziale. Abbiamo:

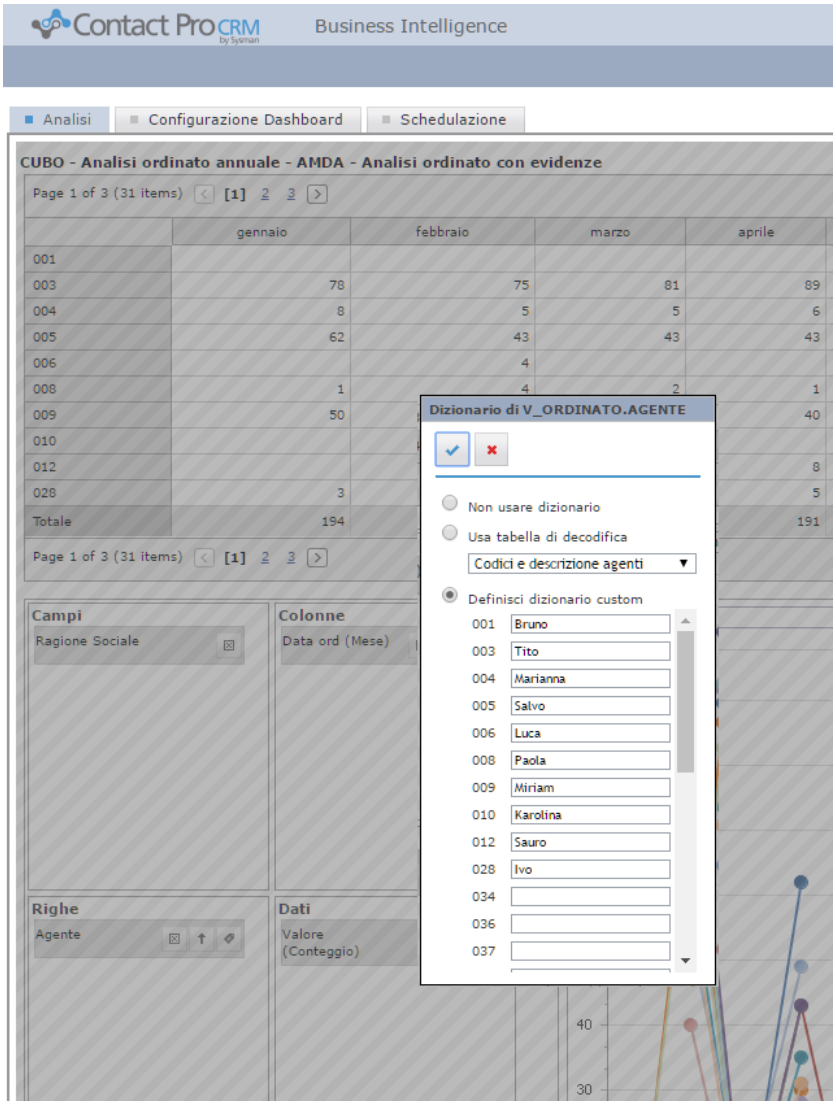
- Gli Strangers che presenta bassi livelli sia di profittabilità sia di fedeltà, e una scarsa corrispondenza fra l'offerta dell'impresa e i bisogni del cliente. Non investire in questa categoria risulta la soluzione migliore.
- La classe delle Butterflies genera profitti ma è al tempo stesso instabile. La corrispondenza fra l'offerta dell'impresa e i bisogni del cliente è elevata, ma i clienti acquistano per brevi periodi. L'impresa dovrebbe organizzare campagne promozionali al fine di attrarre questi clienti e approfittarne finché sono disposti a concedere la propria fedeltà.I True Friends sono clienti fedeli e profittevoli, vi è un'elevata corrispondenza tra i bisogni dei clienti e l'offerta dell'impresa e l'obiettivo è il mantenimento della relazione con questo tipo di clienti
- I Barnacles sono clienti molto fedeli ma che generano un profitto limitato perché c'è una corrispondenza bassa tra l'offerta dell'impresa e i bisogni del cliente; questo tipo di clientela rappresenta un peso per l'impresa.

Con questi strumenti e informazioni si potranno attivare strategie automatizzate di gestione collegando e attivando il brick BI del modulo di workflow manager.

La nuova customer intelligence prevede funzionalità evolute per:

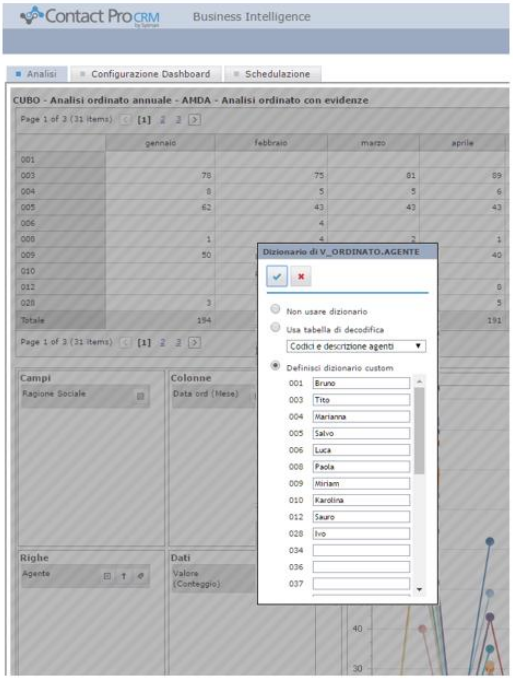
- La definizione dei campi calcolati. Oltre al valore filtrato e al valore medio elaborato sulla totalità dei dati viene previsto un ulteriore valore medio calcolato su un dato parametrico se estratto univocamente.

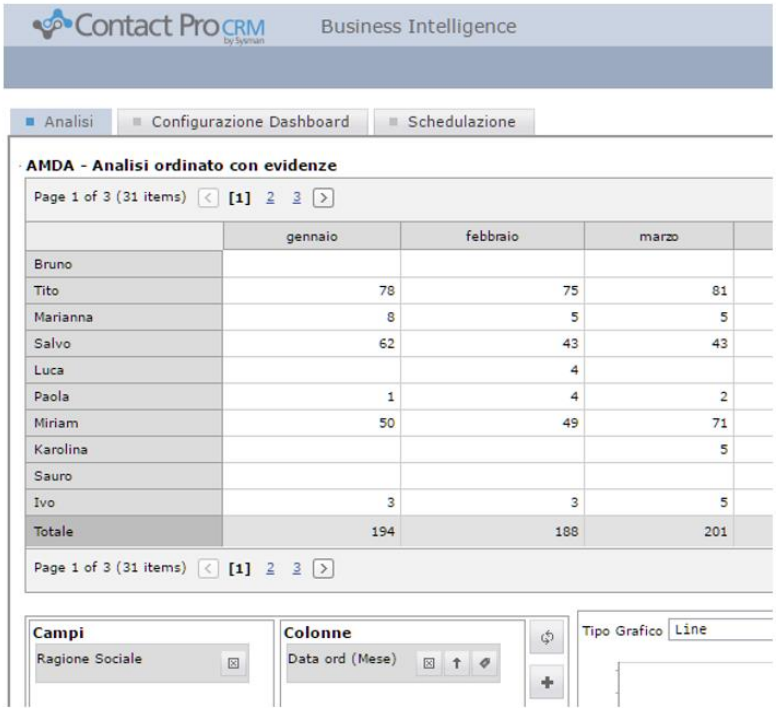
- Nuovo editor visuale per la composizione delle dashboard con la possibilità di comporre liberamente il layout, inserire immagini, abilitare o meno l'accesso al dettaglio, ecc.



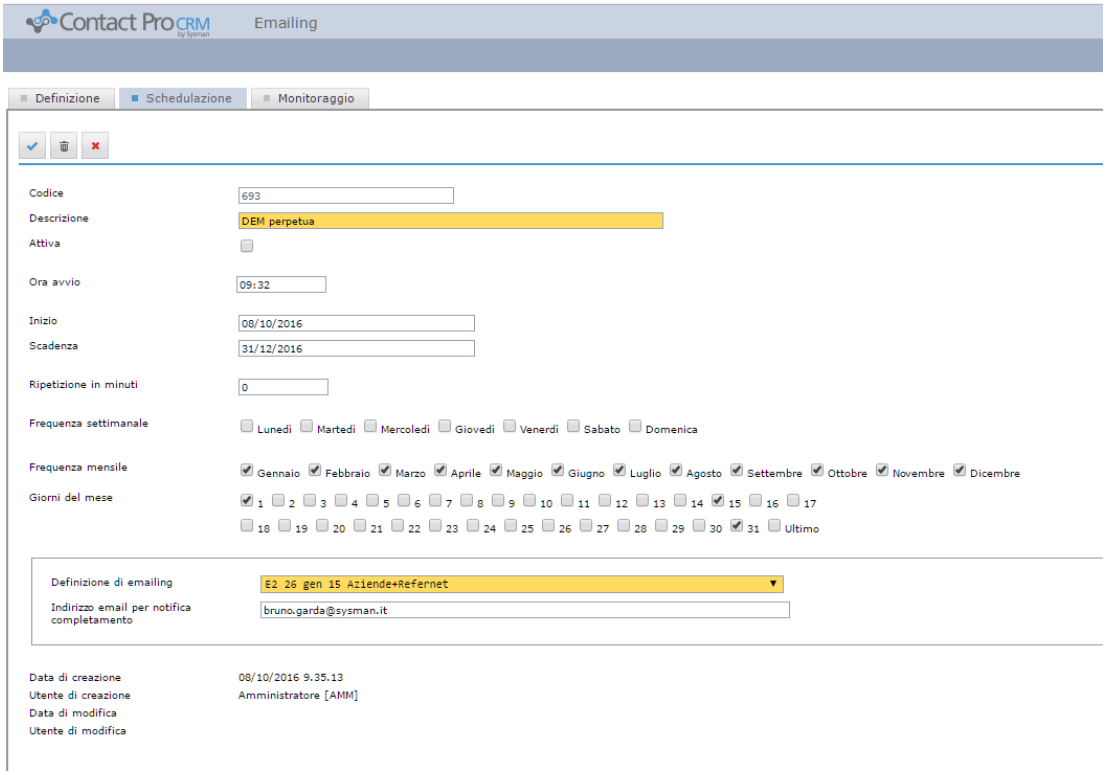
Customer Intelligence 2017 nuove funzionalità.

- Personalizzazione dei valori di raggruppamento con l'applicazione di decodifiche o di valori personalizzati

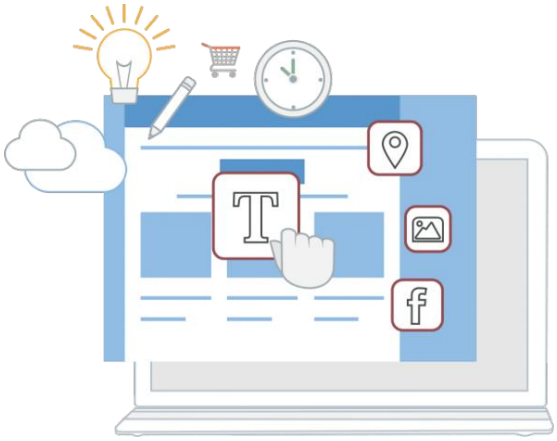




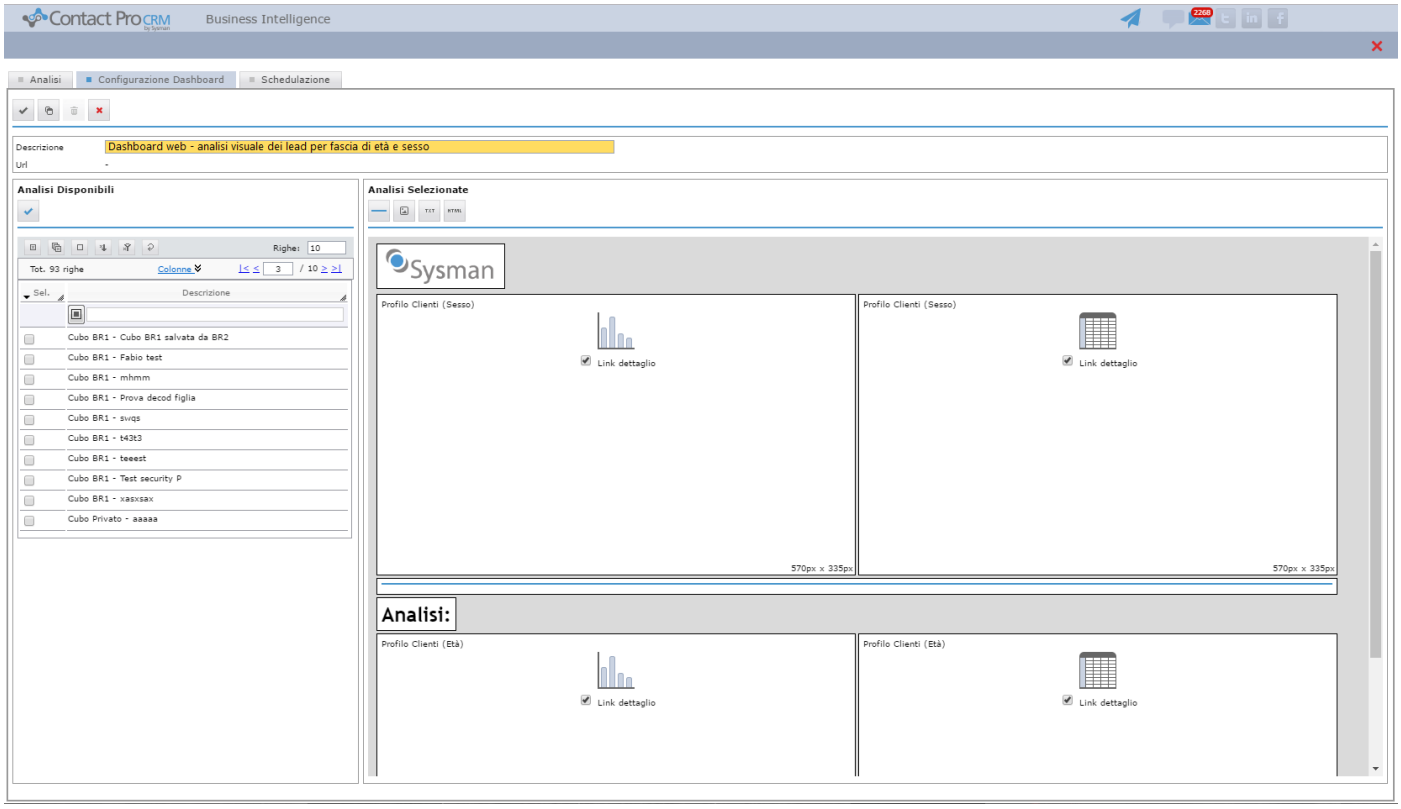
- Estensione della frequenza di ripetizione su base mensile e applicazione della stessa anche sulle attività di emailing e survey online.



Il nuovo editor visuale per la composizione delle dashboard evolve il precedente limite di disporre sequenzialmente le analisi da visualizzare.



Con funzioni evolute di drag & drop si potranno comporre layout accattivanti composti da immagini, loghi e grafici dinamici popolati sulla base delle elaborazioni del motore di business intelligence.

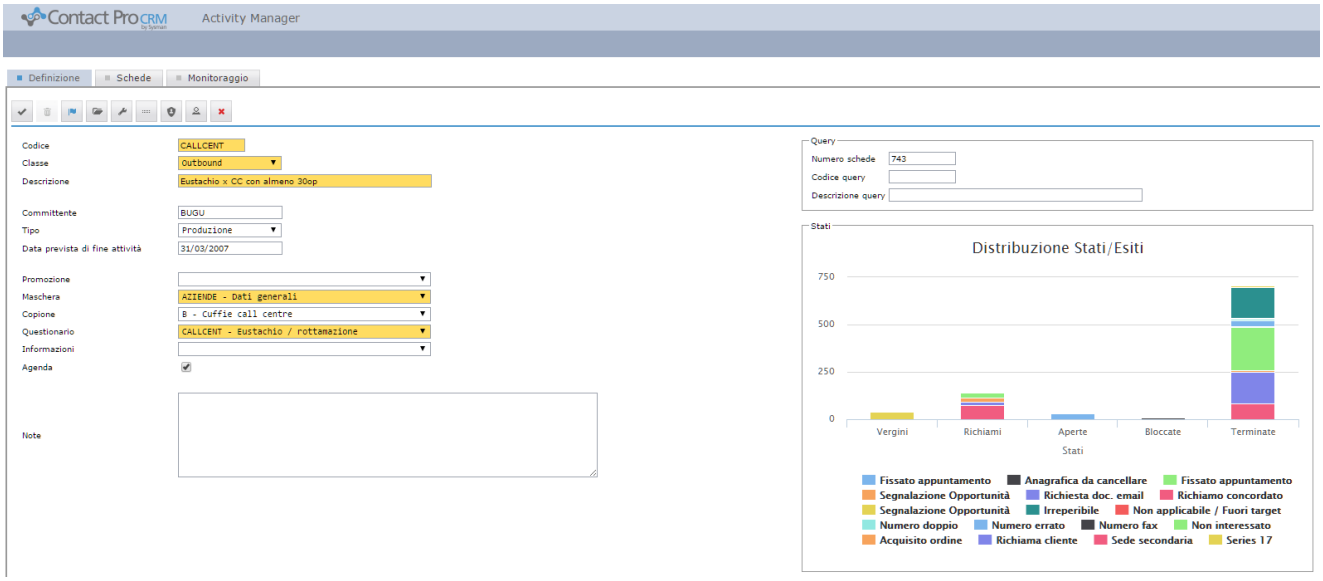


Customer Intelligence 2017 nuovo editor dashboard web drag&drop.

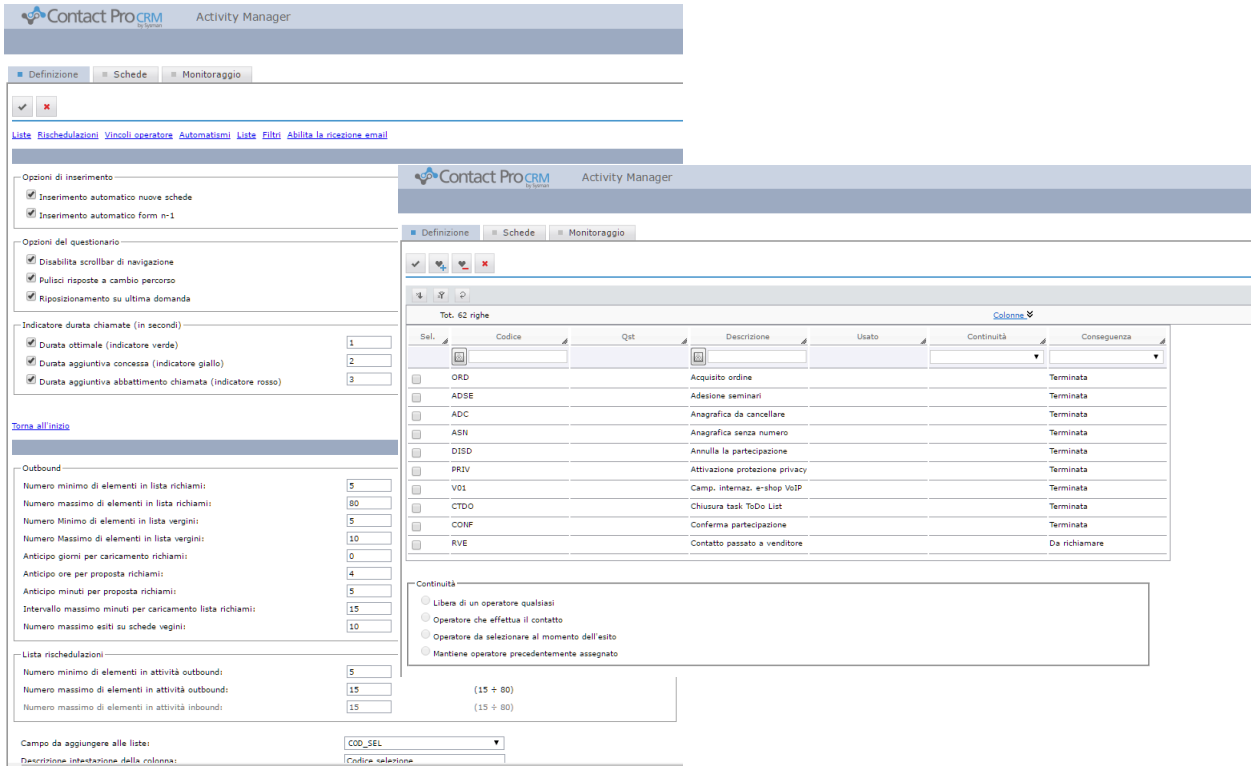
Contact Pro 2017 ha finalmente portato il concetto di **Application**: insieme di tool pronti e facili da usare per supportare un processo dell'azienda come ad esempio la creazione, il lancio e il controllo di una campagna di marketing.

Le campagne di marketing perdono efficacia e immediatezza se gli operatori non riescono a gestire agevolmente gli strumenti e le funzioni dei sistemi per la generazione, lancio e la distribuzione di una campagna multicanale.

Le nuove funzionalità Contact Pro 2017 per la gestione delle campagne di marketing consentono di progettare, coordinare, avviare e controllare campagne multicanale da una piattaforma web unificata rispetto a sistemi che necessitano una gestione e installazione locale client.

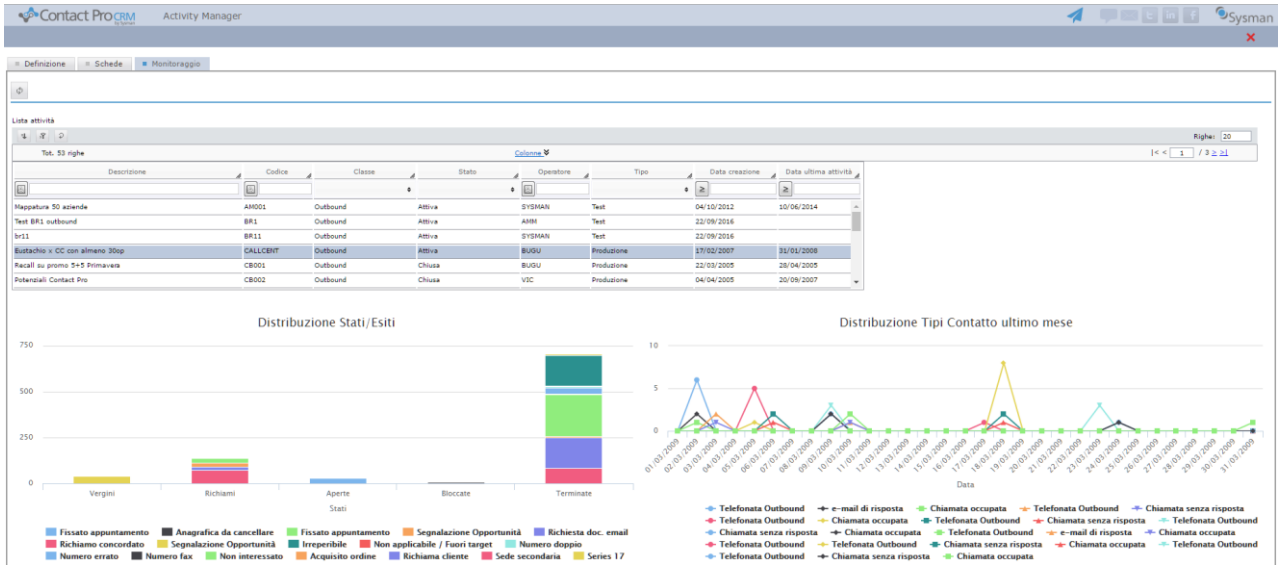


Campaign management Web 2017 – Definizione della struttura di campagna di marketing.



Campaign management Web 2017 – Definizione del comportamento della wave di marketing.

La ready telemarketing application permetterà di creare, supportati da un wizard passo passo, tutti i contenuti della campagna, gli obiettivi e l'assegnazione della wave agli operatori. Nonché di verificarne anche graficamente l'andamento e il raggiungimento degli sla di esecuzione.

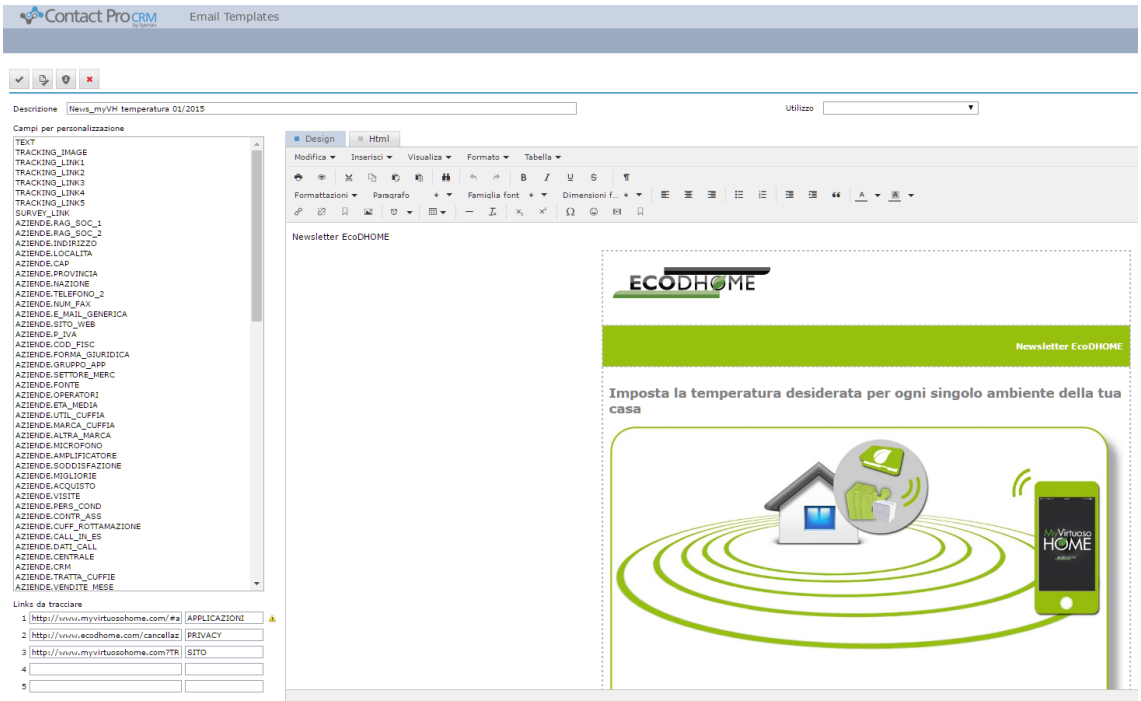


Campaign management Web 2017 – Controllo dell'andamento della campagna di marketing.

La campagna potrà essere integrata, estensione del canale, dall'adozione della piattaforma di e-mail marketing Contact Pro per distribuire le e-mail personalizzate create con il nuovo editor di creatività.

Si potranno anche gestire i modelli e-mail, le risorse digitali e altri contenuti di marketing, grazie al nuovo editor HTML 2017, in modo tale da velocizzare la distribuzione delle campagne e-mail.

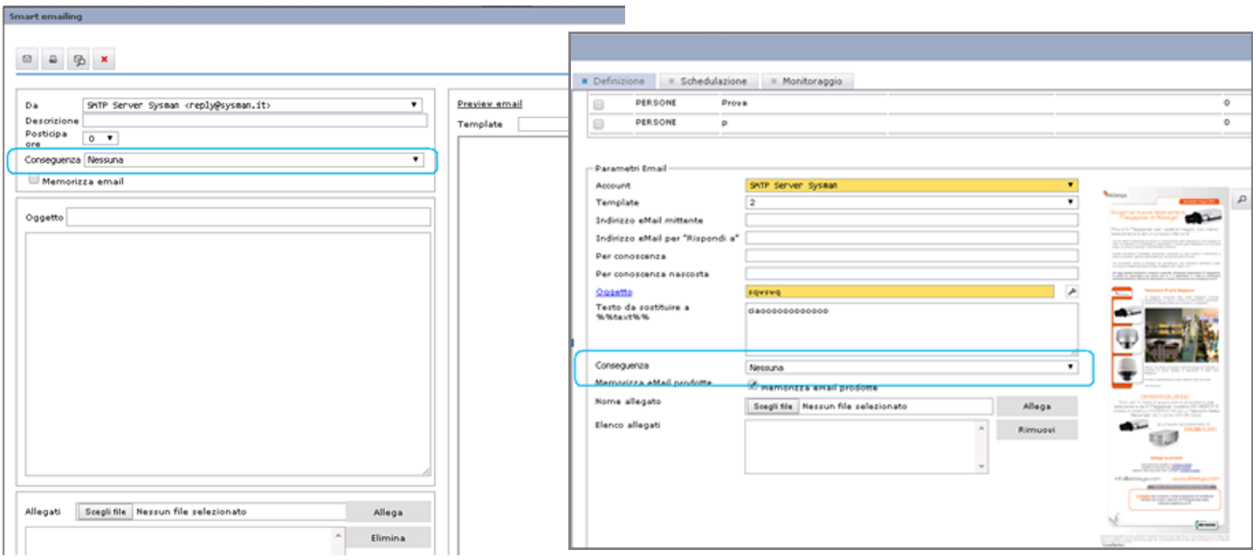
```
<html>
<head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1252">
</head>
<body>
    %%TRACKING_LINK_DATA2=http://www.myvirtuosohome.com/#applicazioni?TRACKING_FIELD=DISABLE,APPLICAZIONI%%
    %%TRACKING_LINK_DATA2=http://www.ecodhome.com/cancellazione-newsletter.html?TRACKING_value=SI,PRIVACY%%
    %%TRACKING_LINK_DATA2=http://www.myvirtuosohome.com?TRACKING_FIELD=DISABLE,SITO%%
    <p>
```



Campaign management 2017 – Nuovo editor e nuove funzioni html.

La nuova release permetterà di importare html con tag custom, per eseguire campagne email senza alcun intervento dell'utente.

Definendo una conseguenza ad una campagna emailing o anche un'attività di survey online si avrà la possibilità di dare continuità al processo di business con azioni come la creazione automatica di un'opportunità di vendita per la struttura di commerciale.



Campaign management 2017 – Una wave alimenta la sales force automation.

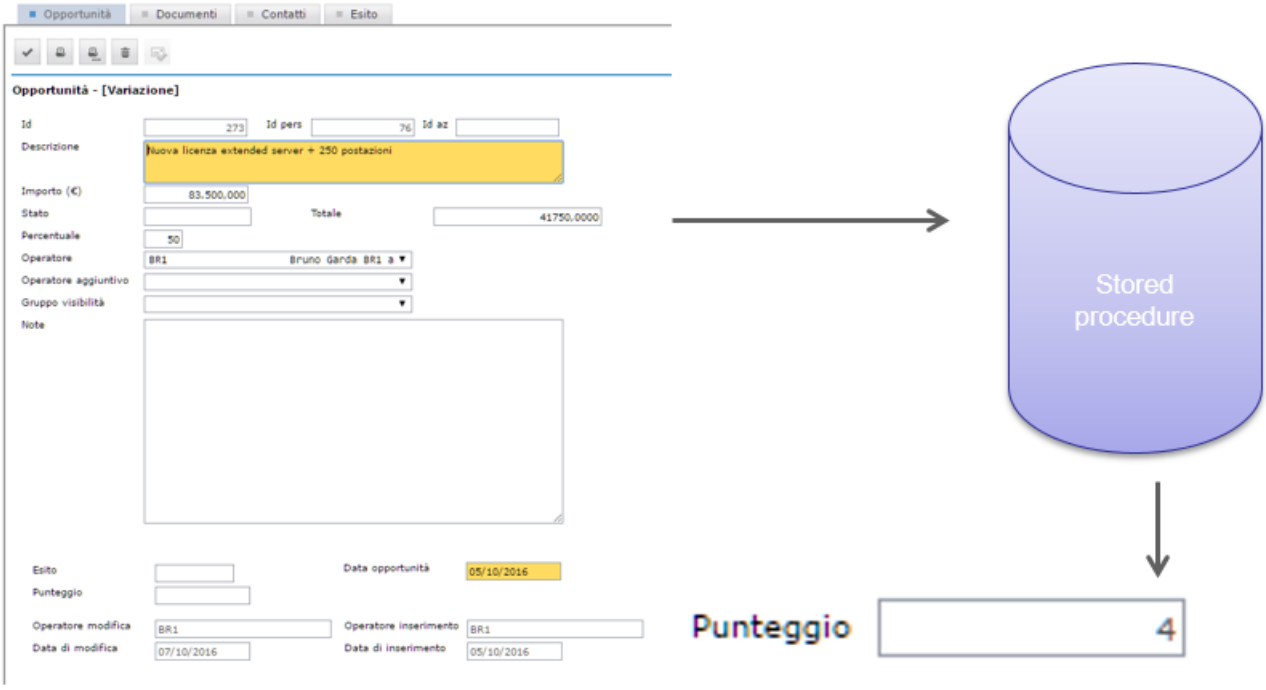
Contact Pro 2017 permette il totale supporto a tutti i processi aziendali dell'area CRM gestendo una sinergia tra reparti, attori e sistemi. Una campagna email può alimentare l'area di **Sales Force Automation 2017** caratterizzata da nuove importanti funzioni di gestione del lead, classificazione dei lead e assegnazione degli stessi.

La lead qualification, o selezione dei lead, è il processo mediante il quale l'azienda individua i profili di maggior valore all'interno della lista dei contatti raccolti nel database, così da avere maggiori probabilità di finalizzare la vendita dei propri prodotti.

Solitamente, i criteri di classificazione e selezione dei lead vengono stabiliti a partire dal profilo ideale del cliente dell'impresa, assegnando a ciascun contatto un punteggio (score) e un livello (grade) in base ai quali è possibile determinare la qualità del contatto medesimo.

Nell'ambito del processo di acquisizione e gestione di contatti qualificati (lead management), la fase di lead qualification segue quella di lead generation e precede quella di lead nurturing.

Contact Pro 2017 porta la nuova funzione di **lead scoring** al fine di automatizzare la classificazione di un lead e di conseguenza la sua gestione.



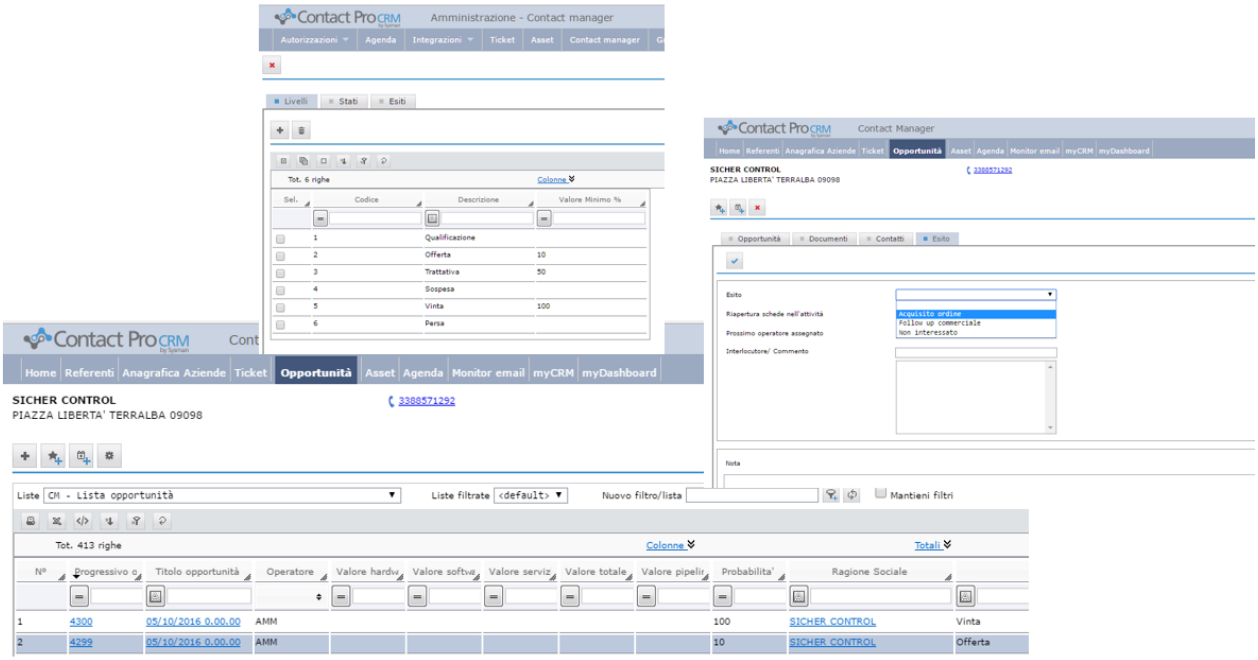
Sales Force Automation 2017 – Classificazione automatic di un lead.

Quindi Come sfruttare al meglio tutti i leads generati?

Come detto la qualità dei leads può variare: è bene definire delle priorità per far sì che i commerciali si concentrino sui leads più pronti all'acquisto.

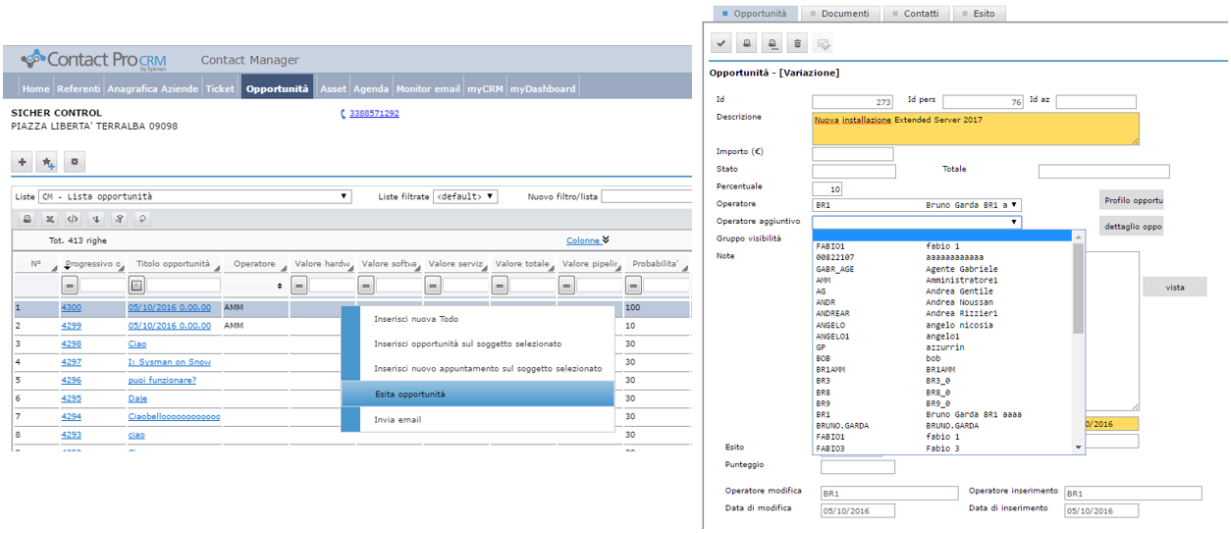
Contact Pro permette di determinare dei criteri per i quali i leads con un valore più alto vengono assegnati direttamente alle vendite mentre gli altri verranno inseriti in un flusso di nurturing gestito dal marketing.

La gestione di un lead, all'interno dell'area di Contact Manager, è soggetta al sales model automatizzato di Contact Pro 2017 che permette di definire un valore minimo di percentuale di successo di un'opportunità, applicata automaticamente al cambio di livello e all'assegnazione del lead stesso.



Sales Force Automation 2017 – Automatic Sales Model Assistant.

Il contact manager 2017 permette di lavorare un'opportunità di vendita, Esito in lista, in maniera più agevola e controllata ai soli venditori/operatori abilitati alla funzionalità.



Sales Force Automation 2017 – Lavorazione di un lead più snella.

Contact Pro 2017 permette inoltre forti enhancments tecnici che hanno permesso moltissimi campi di applicazione funzionale e applicativi:

- Integrazione con applicazioni di terze parti. Tale funzionalità ha permesso, caso d'uso, di integrare un catalogo prodotti estendendo il patrimonio funzionale dell'area di SFA.

Contact Pro 2017 – Thirdy party Web Application Integration

- Evoluzione maschere video web:
  - Campi calcolati su maschere al fine di rendere maggiormente complessa e potente la business logic durante l'inserimento e la validazione dei dati.
  - Nuovo editor web che permette la creazione di design con campi sizeable, con colori specifici e con controllo dei valori.

- Evoluzione delle regole di visibilità dei task (funzione Todo), estensione delle regole di visibilità per ownership a quelle dei sottogruppi del proprio team. La feature permette modelli di workflow SFA ancora più efficienti.

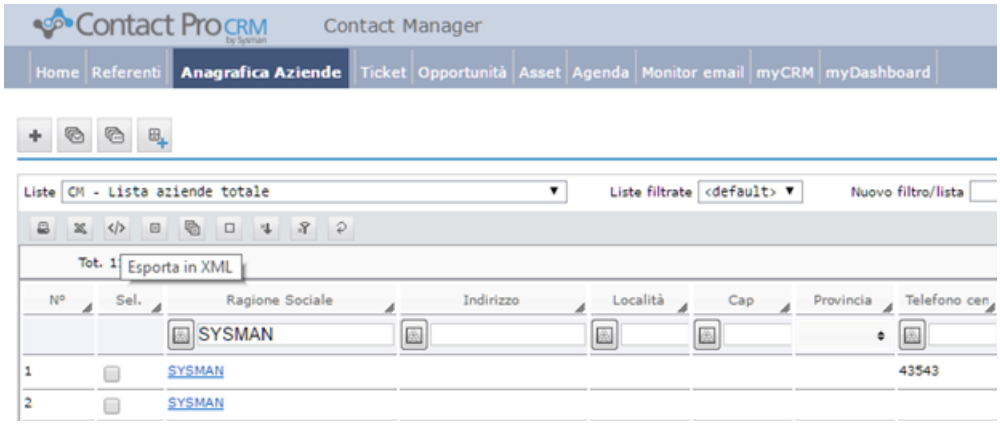
- Workflow del ticket manager, pratiche, uniformato alla gestione degli stati tramite esito come avviene per la gestione delle opportunità di vendita.

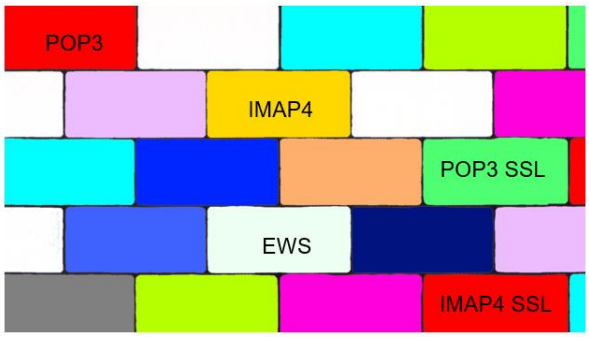
Contact Pro 2017 introduce la gestione dei settings grafici per device di utilizzo, completando inoltre la compatibilità cross browser (FireFox).

Contact Pro UI 2017 – Visualizzazione personalizzabile per device.

Si hanno inoltre nuove funzioni per il trattamenti dei dati presenti nel database di marketing:

- Export XML in griglia (CRM essential).
- Sostituzione della visualizzazione treeview con un accesso ai dati "standard query grid".
- Gestione dei filtri sulle decodifiche anche nelle interrogazioni.



Contact Pro Data Management 2017 – Export in altri formati (XML).

La release prevede anche un enanchment architetturale come la reingegnerizzazione del servizio di download email con gestione delle tipologie di server POP3, IMAP4 (new), ed Exchange (tramite web services – new) attivate su singoli brick, opzionalmente con SSL.