



bloomings
BUSINESS. INNOVATION.



Let your business
bloom





Bloomings è una società di consulenza partner di Salesforce con sede a Torino

- Bloomings è specializzata in soluzioni per la Customer Relationship Management
- Lavoriamo su diversi livelli: Sales, Marketing, Service, Field service, Portali agenti, Portali clienti, Configurazione d'offerta
- I progetti Bloomings sono basati al 100% sulle soluzioni Salesforce, CRM n°1 al mondo





Salesforce è il miglior CRM per grandi aziende e PMI

Salesforce è una soluzione CRM interamente basata su **cloud** che permette alla tua azienda di connettersi con i clienti in un modo completamente nuovo - nel marketing, nelle vendite, nell'e-commerce, nel servizio clienti.

[Clicca qui per scoprire Salesforce!](#)



Cos'è Salesforce?
Cos'è Salesforce? Salesforce.com è la soluzione software CRM per vendite, servizio clienti, marketing, collaborazione, analisi, e creazione personalizzata di mobile apps.

[Salesforce.com](#)



La nostra mission è accompagnare le piccole e medie aziende attraverso il processo innovazione che le porterà a fiorire e radicarsi nel proprio mercato.



Business Innovation è il concetto centrale attorno al quale ruota la mentalità di Bloomings.

Bloomings vede l'**innovazione digitale** come una possibilità vasta e ricca di vantaggi, attuabili a pieno solo se esplorati insieme al cliente, passo passo, tramite **consulenze e progetti disegnati sulle necessità espresse da quest'ultimo.**

La formazione rappresenta un'altra parte centrale nella vision di Bloomings. Per adattarsi, innovarsi ed evolversi nel mercato occorre ottenere una preparazione consapevole, essere formati per vivere al meglio il cambiamento del proprio business.





bloomings

BUSINESS. INNOVATION.

salesforce

PARTNER

Perché un'azienda
ha bisogno di un
CRM?





Cos'è un CRM?

Una **piattaforma completa** che consente alle aziende di gestire tutte le informazioni relative alle interazioni con i clienti.

Il **CRM** è l'unica **soluzione efficace** per centralizzare a livello aziendale tutte le informazioni su prospect, clienti, opportunità, marketing, post-vendita ecc.





Cos'è un CRM?

Non è sempre necessario dotarsi di un sistema di CRM, soprattutto se si hanno pochi contatti da sviluppare, pochi clienti e poche informazioni da gestire nelle fasi delle trattative.

Ma nel momento in cui un'azienda cresce, le **informazioni aumentano** e le persone coinvolte nel processo commerciale vengono spesso sopraffatte. Nel frattempo, **i processi tendono ad evolversi**, coinvolgono sempre più persone e **le informazioni rischiano di perdersi** in sistemi informativi non adatti.



Come può aiutarmi?



Alcune domande a cui un CRM ti aiuterà a dar risposta.
Ogni giorno.



Alcune domande a cui un CRM ti aiuterà a dar risposta. Ogni giorno.

"Quali sono le nostre previsioni di vendita per i prossimi 3 mesi?"

"Il cliente da cui sono andato mi ha detto di aver problemi con un prodotto che aveva acquistato. Perché non ne sapevo nulla? Ora abbiamo perso il prossimo ordine!"

"Il cliente da cui devo andare oggi pomeriggio quanti ordini ha fatto nell'ultimo anno?"

"Quali sono le trattative più promettenti che stiamo seguendo in questo momento?"



Alcune domande a cui un CRM ti aiuterà a dar risposta. Ogni giorno.

"La campagna marketing dello scorso trimestre è stata efficace? Sono aumentati i potenziali clienti?"

"Perché abbiamo perso quella trattativa? Non era praticamente chiusa?"

"I nostri commerciali quanti potenziali clienti hanno visitato questo mese? Hanno già raggiunto il budget del trimestre?"

"Perché il rappresentante ha fatto uno sconto del 20%? Il massimo non era il 10? Abbiamo sempre fatto questo sconto a questo cliente?"



Le potenzialità di un CRM



Le opportunità e le trattative possono essere sviluppate in modo più veloce e più ordinato.

I venditori possono **accedere in modo semplice a tutte le informazioni importanti** per gestire lo sviluppo commerciale in modo efficiente ed efficace.

Tutte le informazioni su campagne di marketing, vendite precedenti, evoluzione delle trattative, casi di assistenza post-vendita ecc. **possono essere gestite da un'unica piattaforma.**

I sistemi di CRM sono particolarmente utili anche per le piccole/medie imprese, dove un team di poche persone spesso fa il lavoro di molti.



Le potenzialità di un CRM

Tracciare le interazioni con clienti e potenziali clienti

Assegnazione attività ai diversi responsabili interni

Gestione completa del ciclo di vendita

Gestione delle approvazioni sulle opportunità commerciali

Collaborazione istantanea tra le persone coinvolte nel processo

Gestione completa del supporto e del customer service



Mi serve?

In questi casi sì, ti aiuterebbe!



Informazioni sparse, perdita di informazioni

Conservare informazioni su preventivi e opportunità in strumenti differenti è uno svantaggio per tutto il team di vendita. E' altissimo il rischio di perdita di informazioni e ancor più alto il rischio di lavorare quotidianamente con informazioni incomplete.

Scarsa visibilità su attività di vendita e sui processi di approvazione

In molte aziende, le informazioni sull'interazione quotidiana con clienti e potenziali clienti sono "sparse" su diversi sistemi e, troppo spesso, l'azienda stessa non ha nessuna visibilità sull'attività quotidiana della forza vendita. Il rischio è quello di "navigare a vista", con conseguenze che alla lunga vanno ben oltre la perdita di una trattativa.



Mi serve?

In questi casi sì, ti aiuterebbe!



Reportistica incompleta

La possibilità di monitorare e gestire le previsioni, è sempre più importante per la direzione commerciale e per l'azienda in generale. Con un CRM è semplice gestire previsioni elaborate e precise in tempo reale. I commerciali non dovranno più togliere tempo al loro lavoro per fare dei report ad hoc, con un alto rischio di imprecisione.

Crescita aziendale difficile da gestire

La tua azienda sta crescendo e non riesci a gestire la quotidianità "come prima"? Devi gestire più informazioni che mai e ti ritrovi sempre a dover pensare a dieci cose nello stesso momento? Le persone del team di vendita si dimenticano di seguire informazioni importanti per la tua azienda?





Perché investire per l'innovazione del processo commerciale?

Secondo diverse e autorevoli ricerche, un venditore riesce a dedicare al massimo il 30% del tempo lavorativo a fare la sua vera attività, quella che gli riesce meglio: **la vendita**.

Il resto del tempo viene bruciato per la qualifica del potenziale cliente, per recuperare informazioni perse o non elaborate, per costruire previsioni (spesso imprecise) per la direzione aziendale ecc.

Nel frattempo **la concorrenza aumenta** e si attrezza innovando i metodi e gli strumenti di lavoro, per far fronte ai ritmi sempre più veloci e alle richieste sempre più esigenti del tuo stesso mercato.

Il rischio di perdere clienti e potenziali clienti a causa di un processo commerciale che non si evolve con l'evoluzione del mercato è altissimo.

La tua azienda può crescere, se il processo commerciale si evolve con essa.



In che modo un CRM può aiutarmi?



Operatività quotidiana

Automatizzare la gestione di alcune operazioni consente ai commerciali di avere più tempo per il loro vero lavoro. Cosa potrebbe fare il tuo commerciale, potendosi concentrare al 100% sulla vendita?

Collaborazione in tempo reale

Mettere a disposizione uno strumento accessibile da ogni dispositivo, consente di scambiarsi informazioni in tempo reale senza sovraccarico di mail e telefonate. E se potessi costruire un team di marketing/vendita/assistenza che collabora in tempo reale, focalizzato al 100% sui tuoi clienti?

Visione a 360° su ogni cliente e potenziale cliente. Sempre.

Centralizzare tutte le informazioni in un unico sistema permette di tener traccia di ogni fase e non perdere mai informazioni importanti per gestire il rapporto con il cliente. Poteva andare meglio, se il tuo commerciale avesse avuto tutte le informazioni aggiornate in tempo reale?



Alcuni risultati della strategia CRM

Incremento delle opportunità di vendita.

Accesso completo ai dati dei clienti. In ogni luogo. In ogni momento.

Maggior controllo sulla rete vendita esterna.

Visione a 360° sulle attività della forza vendita.

Aumento della collaborazione nel team di vendita.



Alcuni risultati della strategia CRM

Gestione completa dei processi di approvazione.

Integrazione con i sistemi gestionali e con altri sistemi informativi.

Accesso in tempo reale alle previsioni di vendita. Quelle reali.

Visione chiara del ROI delle attività di marketing.

Centralizzazione delle informazioni a livello aziendale.





Contatta Bloomings

 sales@bloomings.it

 Bloomings- Salesforce partner



Bloomings.it