



FOCUS CRM

Introduzione

Sommario

1. Introduzione.....	3
1.1. Cosa significa CRM	3
1.2. Com'è stato sviluppato FOCUS CRM	3
1.3. Le caratteristiche principali di FOCUS CRM.....	4
2. Interazione tra FOCUS CRM e FOCUS 10.....	4
3. Le comunicazioni in FOCUS CRM	5
3.1. Attività cicliche.....	5
3.2. Campagne	7
3.2.1. Campagne fornitori	7
4. I mezzi di comunicazione.....	8
5. Funzioni principali di FOCUS CRM.....	10

Documento aggiornato al 14/09/2023

1. Introduzione

1.1. Cosa significa CRM

CRM è l'acronimo di **Customer Relationship Management**, un sistema per gestire in modo più efficace la relazione con i clienti.

Si usa l'acronimo CRM sia per indicare un metodo strategico sia per identificare il software.

I software CRM possono avere diversi scopi e struttura.

FOCUS CRM è un **CRM di relazione** che lavora sul database del centro ottico, ed è focalizzato sui servizi post-vendita **per gestire rapporti di lungo periodo con i clienti**.

Ti permette cioè di comunicare con i clienti e, mediante **Campagne** e **attività cicliche** che utilizzano processi automatizzati in modalità multicanale (telefono, SMS, SMS con landing page, App), invogliarli a tornare in negozio ed effettuare nuovi acquisti.

1.2. Com'è stato sviluppato FOCUS CRM

Nello sviluppare FOCUS CRM abbiamo tenuto in considerazione molti aspetti strategici; gestire le relazioni con i clienti è infatti una priorità rilevante per i centri ottici.

Importanti studi, tra cui quello dell'Harvard Business Review, rivelano infatti che un aumento del 5% del tasso di fidelizzazione, può incrementare la redditività dal 25 al 95%.

Perché concentrarsi sul post-vendita?

Perché sappiamo che solo un consumatore su tre viene contattato dal centro ottico dopo l'acquisto di occhiali progressivi.

Sappiamo anche che mantenere le relazioni con i clienti acquisiti costa molto meno che cercarne di nuovi attraverso campagne di lead generation.

FOCUS CRM è stato quindi sviluppato considerando questi aspetti ed oggi, si presenta come un prodotto maturo sebbene ancora in evoluzione secondo il principio di miglioramento continuo che contraddistingue da sempre Bludata Informatica.

Questo documento, quindi, si basa sull'ultima versione a disposizione al momento della sua realizzazione. La maggior parte del contenuto rimarrà valido a lungo, ma è possibile che alcuni passaggi cambino leggermente.

1.3. Le caratteristiche principali di FOCUS CRM



Caratteristiche di FOCUS CRM



Integrato con FOCUS

Piattaforma web **integrata** con il software gestionale **FOCUS 10.**



Desktop o Web

Gestisci le relazioni con i tuoi clienti **dal tuo centro ottico o da casa.**



Pianifica e controlla

Programmi con anticipo le azioni, analizzi i risultati in tempo reale.

FOCUS CRM ti consente di strutturare delle comunicazioni post vendita automatizzate, evitando elaborazioni manuali.

Presenta inoltre delle caratteristiche uniche:

- o È **perfettamente integrato** FOCUS 10;
- o **puoi utilizzarlo** dal computer in cui hai installato FOCUS 10, o **da qualsiasi altro terminale** o tablet, anche al di fuori del centro ottico;
- o Ti permette di **pianificare anticipatamente** le attività e di **controllarne l'andamento** in tempo reale.

Ad esempio: il titolare di un'azienda con più centri ottici può monitorare l'andamento delle attività di CRM anche da una sede esterna al punto vendita e analizzare in tempo reale quante persone hanno ricevuto le comunicazioni programmate o quante hanno fatto un acquisto dopo essere state contattate.

2. Interazione tra FOCUS CRM e FOCUS 10

Puoi accedere a FOCUS CRM da **FOCUS 10** oppure da **FOCUS WEB**.

Lo scambio di informazioni tra FOCUS CRM e FOCUS 10 avviene costantemente e può impiegare un tempo variabile, a seconda dalla quantità di dati scambiati.

Ad esempio in un'azienda con un unico punto vendita e magari una sola campagna da attivare, con poche comunicazioni e un numero di clienti limitato, lo scambio dei dati dura pochi secondi.

Nel caso, invece, di un centro ottico con molti punti vendita e migliaia di clienti nel database, il tempo di aggiornamento risulterà più lungo.

Ovviamente, **per permettere lo scambio dei dati, è necessario che il computer server in cui è installato FOCUS 10 sia acceso.**

Una volta create le **attività cicliche** o le **campagne**, e dopo che è avvenuto lo scambio dati con FOCUS 10, FOCUS CRM continua a lavorare anche se il server con FOCUS 10 è spento. Questo perché FOCUS CRM tiene in memoria le comunicazioni da inviare con sette giorni di anticipo. Quindi, **una volta avvenuto lo scambio dati, non è necessario che il server di FOCUS 10 rimanga acceso.**

Questo è importante, per esempio, nel caso delle chiusure del fine settimana, in cui il computer del negozio viene spento: **se è avvenuto già lo scambio dati** con FOCUS 10, e **se gli invii delle comunicazioni sono stati programmati**, potrai spegnere il computer server in quanto le comunicazioni verranno comunque inviate da FOCUS CRM.

3. Le comunicazioni in FOCUS CRM

Con FOCUS CRM puoi inviare ai clienti diversi tipi di comunicazioni, generati da **Attività cicliche e Campagne**.

Distinguiamo le comunicazioni che nascono da un **evento scatenante**, cioè da un dato tracciato in FOCUS 10 come la vendita di un occhiale, dalle comunicazioni promozionali che hanno una scadenza.

3.1. Attività cicliche

Le comunicazioni che partono da un **evento scatenante** sono identificate come **attività cicliche**, perché si ripetono senza una scadenza nel tempo.

Nel marketing questo tipo di comunicazioni vengono chiamate anche attività di marketing automation, cioè attività automatizzate.

Le attività cicliche di FOCUS CRM sono comunicazioni generate da un evento scatenante tracciato in FOCUS 10, inviate con periodicità variabile (ad esempio dopo un giorno, dopo una settimana, dopo tre mesi, dopo 24 mesi) e che vengono generate con degli automatismi.

Ad esempio, è un'**Attività ciclica** la comunicazione di "*buon compleanno*" generata dall'evento scatenante "data di nascita del cliente", oppure l'acquisto di un occhiale progressivo. In FOCUS CRM puoi creare attività cicliche partendo dai seguenti **eventi scatenanti**, tipici del settore ottico:

- o Compleanno
- o Nuova fornitura LAC - data consegna;
- o Nuova fornitura LAC - data inserimento;
- o Nuova fornitura LAC - data prossima fornitura;
- o Nuovo occhiale - data di consegna;
- o Nuovo occhiale - data di inserimento;
- o Nuova optometria;
- o Nuovo cliente;
- o Nuova vendita - consegna.

L'attività ciclica è particolarmente efficace perché ti consente di inviare comunicazioni legate alla vita dell'occhiale acquistato dal cliente o alla fornitura LAC comprata.



Nell'esempio grafico vediamo un'attività ciclica generata dall'evento scatenante "nuovo occhiale – data di consegna" che prevede una serie di comunicazioni per tutta la vita di quell'occhiale.

In questa attività ciclica abbiamo programmato che, a partire dalla **data di consegna** di un nuovo **occhiale progressivo** vengano effettuate:

- una telefonata dopo una settimana dal ritiro, per sapere se si sono adattati al nuovo occhiale
- un messaggio dopo 3 mesi, per invitarlo a controllare l'assetto dell'occhiale
- un SMS dopo 12 mesi, suggerendo un appuntamento per il controllo della vista
- un SMS dopo 24 mesi, con una promozione per la rottamazione dell'occhiale.

3.2. Campagne

Campagne
Promuovi i tuoi prodotti,
i servizi e i momenti speciali

Giorno 0 Inizio

Giorno 25 Reminder

Giorno 30 Fine

San Valentino

Natale

Back to School

Invia a tutti i clienti un set di messaggi in un determinato periodo di tempo.

Le **campagne** sono comunicazioni, generalmente promozionali e valide in un determinato periodo di tempo, che puoi personalizzare e inviare ad un target selezionato di clienti.

Nell'immagine in alto vediamo una campagna della durata di un mese, che prevede l'invio di due SMS: il primo all'inizio della campagna (giorno 0), il secondo dopo 25 giorni per avvisare il cliente che mancano ancora pochi giorni alla scadenza dell'offerta.

3.2.1. Campagne fornitori

In FOCUS CRM oltre alla sezione dedicata alla creazione delle campagne da parte del centro ottico, per agevolare la realizzazione e l'invio di specifiche campagne offerte agli ottici da aziende fornitrici, il software presenta la sezione **Campagne Fornitore**, dedicato alle campagne messe a disposizione degli ottici in alcuni specifici momenti.

Questo menu compare solo se il centro ottico viene coinvolto da una **Campagna Fornitore**.

4. I mezzi di comunicazione

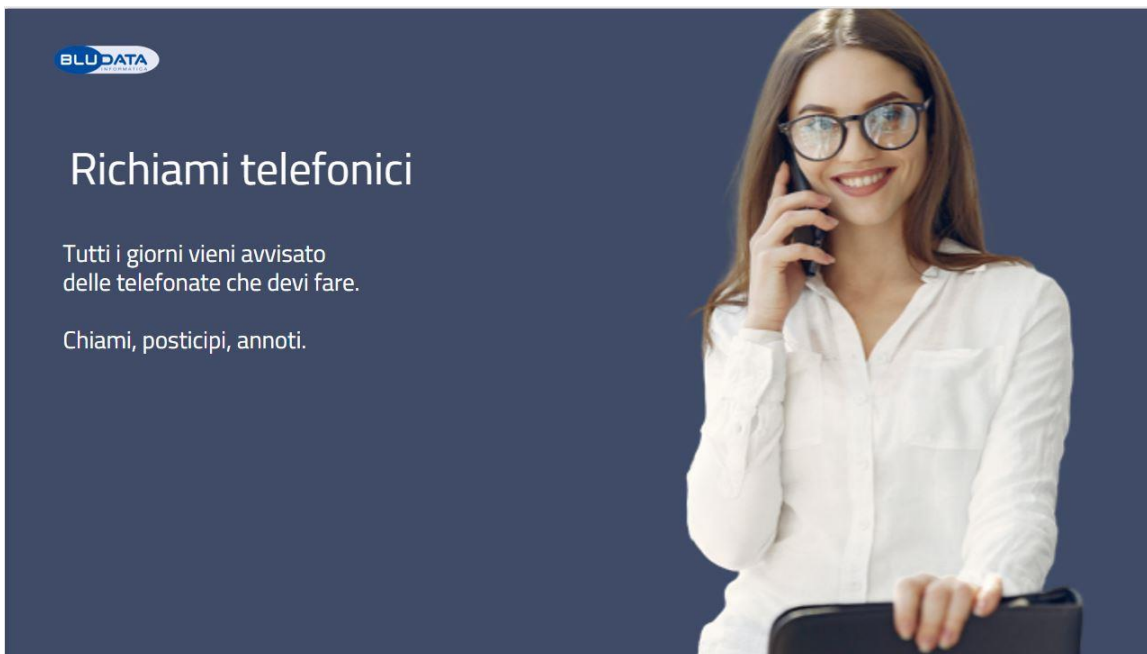
I mezzi di comunicazione a disposizione dell'ottico in FOCUS CRM sono:

- il **telefono**, con i richiami telefonici
- **SMS**
- **SMS con link**
- **L'App Il Mio Ottico**

Inoltre puoi esportare da FOCUS CRM i dati dei clienti da contattare con una specifica campagna o attività ciclica, ed importarli in altri software per inviare, ad esempio, delle email o dei messaggi WhatsApp.

Vediamo a vedere con maggior dettaglio i mezzi di comunicazione offerti da FOCUS CRM.

Richiami telefonici



In un apposito menu di FOCUS CRM chiamato **richiami telefonici** tutti i giorni verrai avvisato delle telefonate da fare.

Potrai eseguire la telefonata, posticiparla o rinunciare.

In qualsiasi caso, potrai lasciare delle note che confluiranno automaticamente in FOCUS 10, nella sottoscheda **2 Comunicazioni** dell'Anagrafica cliente.

SMS

SMS

Invia brevi messaggi di testo ad un telefono cellulare.

Con gli **SMS** invii brevi messaggi di testo al cellulare del cliente.

SMS con link

SMS con link

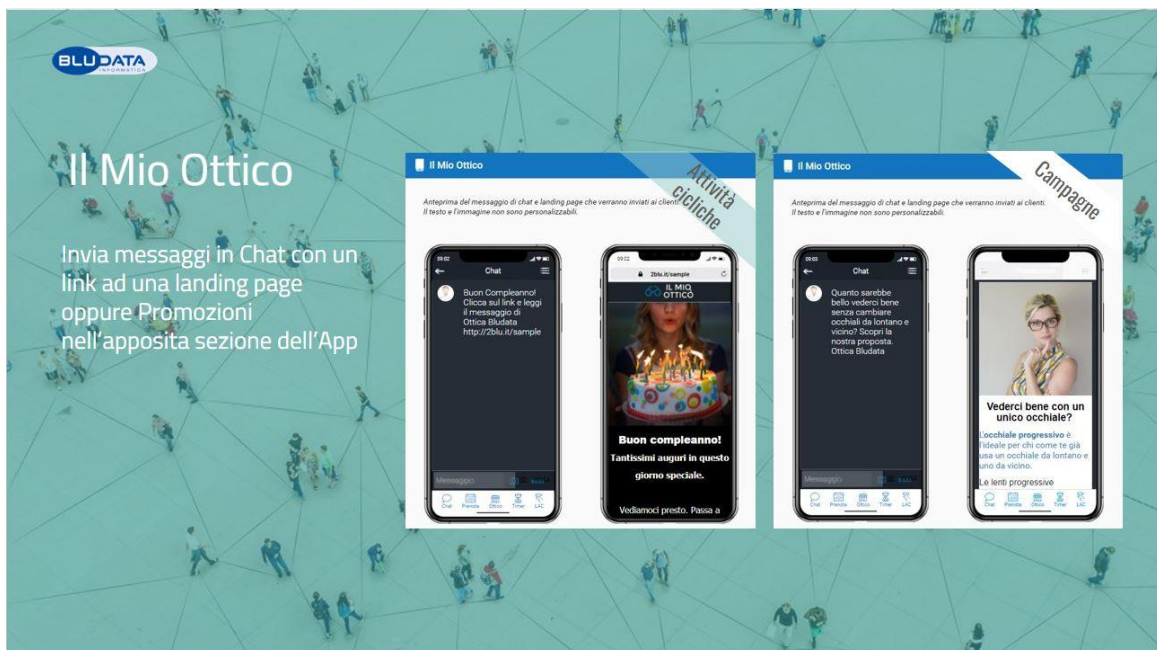
Invia messaggi di testo arricchiti con GIF, immagini, video e qualsiasi tipo di contenuti multimediale.

Crea dei link a mini-siti web con tutte le informazioni del tuo centro ottico

Con l'**SMS con link** invii messaggi di testo e un link che aprirà una landing page: una pagina web ricca di informazioni.

Nella landing page, infatti, puoi inserire testi, immagini, video e link.

Il Mio Ottico



FOCUS CRM ha integrato **Il Mio Ottico**, per inviare messaggi sull'App del cliente.

- Nel caso delle attività cicliche, il cliente riceverà un messaggio in chat con un link che aprirà una landing page che puoi arricchire con testi, immagini, video, link e altro.
- Nel caso delle campagne, il cliente riceverà un messaggio in chat e visualizzerà una promozione nell'apposita voce di menu dell'App.

Nel menu **Promozioni** dell'App il cliente visualizzerà l'immagine di copertina della campagna; cliccandovi sopra si aprirà la pagina di dettaglio con il testo idealizzato.

5. Funzioni principali di FOCUS CRM

A seguire riportiamo le principali funzionalità di FOCUS CRM, che corrispondono a specifiche voci di menu e pagine:

- **Attività pianificate**, in cui controllare la pianificazione complessiva;
- **Clienti da contattare**, dove ogni giorno potrai visualizzare chi verrà contattato a seguito delle elaborazioni delle campagne e attività cicliche programmate;
- **Richiami telefonici**, è la pagina in cui visualizzare la lista dei nominativi da chiamare.

Inoltre sono presenti delle specifiche pagine per

- **Campagne**;
- **Attività cicliche**;
- **Analisi**

Nelle prossime lezioni vedremo in dettaglio tutte queste funzioni.