



Business Card

Gruppo Intent

L'importanza del CRM

Il Customer Relationship Management (CRM) è ormai diventato uno strumento imprescindibile per tutte le aziende che desiderano ottimizzare la gestione delle relazioni con i propri clienti.

Attualmente, il CRM svolge un ruolo cruciale in tutti i settori di mercato (industria, sanità, terziario, pubblica amministrazione) e tipologie di relazione (B2B, B2C, partnership, E2E). L'80% dei consumatori ritiene che la relazione con un'azienda sia importante quanto, se non addirittura più importante, dei suoi prodotti o servizi, e oltre il 50% desidera ricevere offerte personalizzate in base alle proprie esigenze.

Ma quali sono le migliori pratiche per implementare con successo le funzionalità strategiche del CRM?

Sicuramente, l'adozione di tecnologie all'avanguardia e una metodologia di processo efficace possono fare la differenza quando si tratta di sviluppo strategico delle relazioni. Acquisire conoscenze, sviluppare intuizioni e utilizzare strumenti di sviluppo e soluzioni tecnologiche di mercato sono altrettanto fondamentali per potenziare una strategia di CRM efficace. Nel corso del tempo, la digitalizzazione ha reso disponibili strumenti tecnologici come dispositivi mobili, social network, applicazioni mobili e il cloud, che consentono di acquisire informazioni preziose e prevedere il comportamento dei clienti attraverso l'analisi dei dati.



Francesco Maria Primerano
chairman
di Gruppo Intent

Dal punto di vista tecnologico, Intent utilizza strumenti di analisi (BI) sempre più potenti per supportare le scelte strategiche nel proprio settore, orientandosi verso l'implementazione rapida, modulare e flessibile delle nuove funzionalità richieste dai processi aziendali.

L'avvento del cloud e la disponibilità di una vasta capacità di trasmissione dati hanno portato a un cambiamento nell'architettura delle soluzioni software. L'implementazione di micro-servizi è diventata una componente fondamentale delle nuove soluzioni CRM, facilitando l'integrazione con sistemi esterni, social network e il web per ottenere una maggiore quantità di informazioni utili alla

gestione delle relazioni con i clienti. In questo contesto, l'intelligenza artificiale (IA) ha svolto un ruolo fondamentale.

Attualmente, le principali tendenze nel campo del CRM sono legate all'uso dell'intelligenza artificiale, che offre alle aziende una serie di strumenti per migliorare l'efficienza nella gestione delle relazioni con i clienti. Questi strumenti consentono di correggere eventuali errori nei prodotti prima che i clienti ne siano consapevoli, risolvere rapidamente ed efficacemente i problemi del servizio e rilevare in modo proattivo l'insoddisfazione dei clienti per mantenere la loro fedeltà.

Come partner CISCO e NUTANIX, Intent potenzia e completa tutti i processi vitali delle applicazioni CRM con il supporto dell'intelligenza artificiale, ottimizzando al massimo la gestione delle relazioni con i clienti. Attraverso l'IA, siamo in grado di consigliare soluzioni complementari alle pratiche standard per l'automazione avanzata dei processi di assistenza e vendita, per la gestione della soddisfazione del cliente nel marketing e per l'utilizzo di chatbot per comunicare e risolvere automaticamente i problemi del servizio clienti.

Ad oggi, possiamo dire senza alcun dubbio, che il CRM rappresenta uno strumento indispensabile per potenziare e automatizzare la Customer Experience aziendale.

intent

Intent S.P.A. - Sede legale: Viale Ungheria 89/91 - 00039 Zagarolo (RM) - Tel: 06.95595014
amministrazione@gruppointent.com - www.gruppointent.com