

Customer Relationship Management, Innovazione e Servizi Avanzati in Campania

Caratteristiche, livello di diffusione ed aspettative attese



La tua
Campania
cresce in
Europa

Obiettivo dell'indagine



knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

- Approfondire la maturità delle aziende campane nella gestione strategica, operativa e tecnologica della *Customer Base* tramite sistemi di *Customer Relationship Management*, percorsi di innovazione ed impiego di Servizi Avanzati .
- Verificare la presenza di risorse e competenze adeguate in grado di supportare il processo di crescita mediante una politica basata sulla centralità del cliente.

Metodologia e Campione



knowledge
Innovation
Business
Services



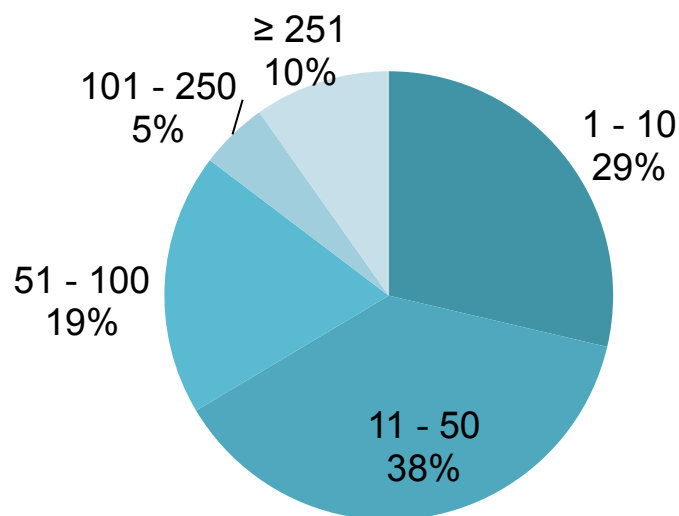
Synectics S.r.l.

- L'indagine, condotta ad inizio 2016 mediante intervista online, è basata su un questionario strutturato composto da tre parti che riflettono differenti livelli di complessità di sviluppo del CRM, dei Percorsi di Innovazione e dei Servizi Avanzati.
- Il Panel dei rispondenti è stato selezionato da un universo di aziende campane in target con gli obiettivi dell'indagine: aziende che hanno adottato o intendono adottare un approccio al business centrato sul cliente, privilegiando le realtà potenzialmente portate all'innovazione.
- Il totale dei rispondenti, **143 aziende**, rappresenta un campione significativo dell'universo (livello di significatività pari al 90%).

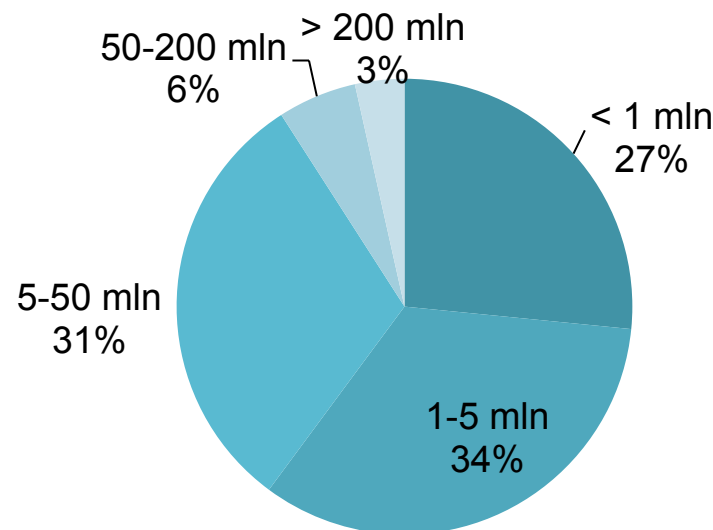
Il panel

- Il 67% delle aziende intervistate ha meno di 50 dipendenti, il 27% fattura meno di 1 milione di euro.
- La prevalenza di Piccole Medie Imprese rispecchia il tessuto imprenditoriale campano in cui si registra circa il 90% di aziende con meno di 100 dipendenti (*ISTAT, Censimento Imprese, 2011*).

Classe dimensionale: dipendenti



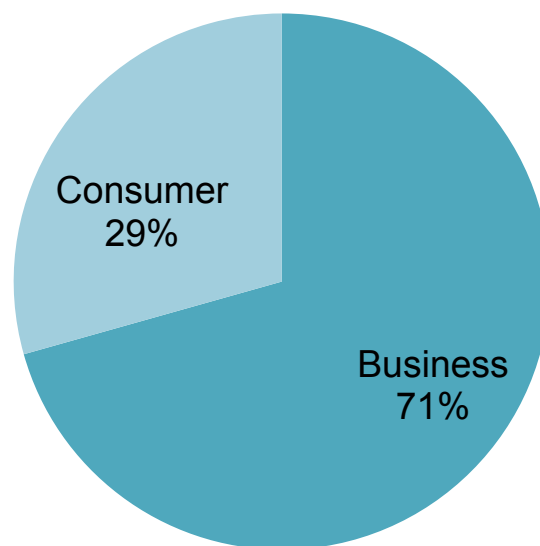
Classe dimensionale: fatturato



Il panel

- La maggior parte degli intervistati serve soprattutto clientela Business (71%)

Tipologia di clientela servita



La ricerca

CRM: strategie ed utilizzo



knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

L'adozione di una strategia di Customer Relationship Management (CRM) ha diversi obiettivi, i più importanti per le aziende campane:

- *massimizzare e mantenere il valore della clientela attuale (17%),*
- *semplificare la relazione con l'azienda da parte dei clienti (16%),*
- *soddisfare il cliente (14%), in particolare per le aziende B2C,*
- *acquisire nuovi clienti (13%)*

La ricerca

CRM: strategie ed utilizzo



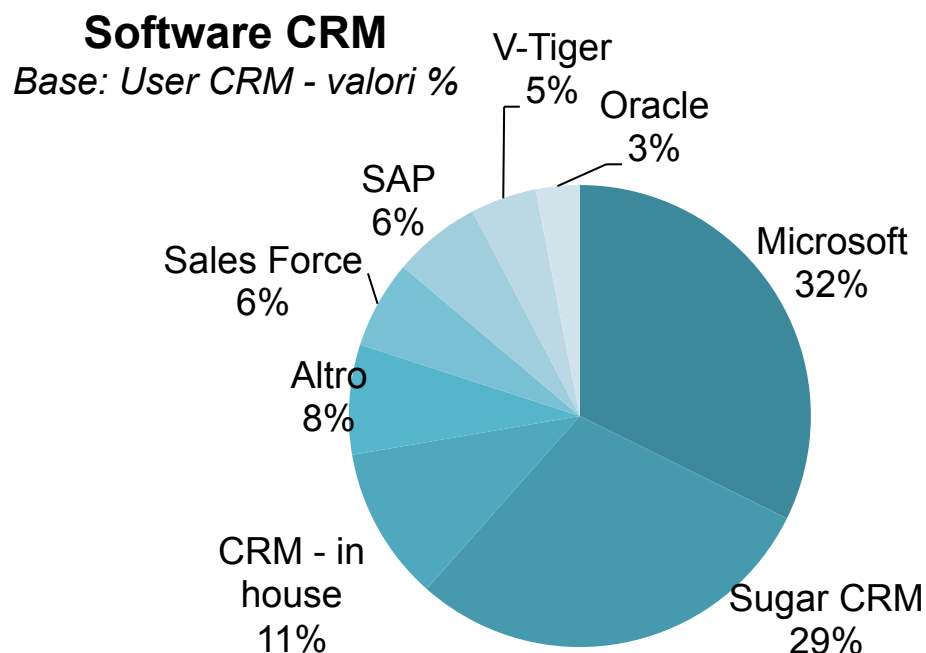
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Il 47% delle aziende campane ha un CRM.

- Microsoft Dynamics e Sugar CRM sono i leader del mercato campano; circa il 60% delle aziende dichiara di utilizzare una o l'altra soluzione. La diffusione di Dynamics risulta omogenea tra le varie tipologie di aziende mentre Sugar CRM è utilizzato principalmente dalle realtà che servono clientela Business.
- L'alternativa ai software commerciali è la soluzione sviluppata in house, utilizza dall'11% delle aziende. Molto bassa la penetrazione in Campania di Salesforce (6%), che invece si conferma uno dei leader mondiale del mercato CRM.



La ricerca

CRM: strategie ed utilizzo



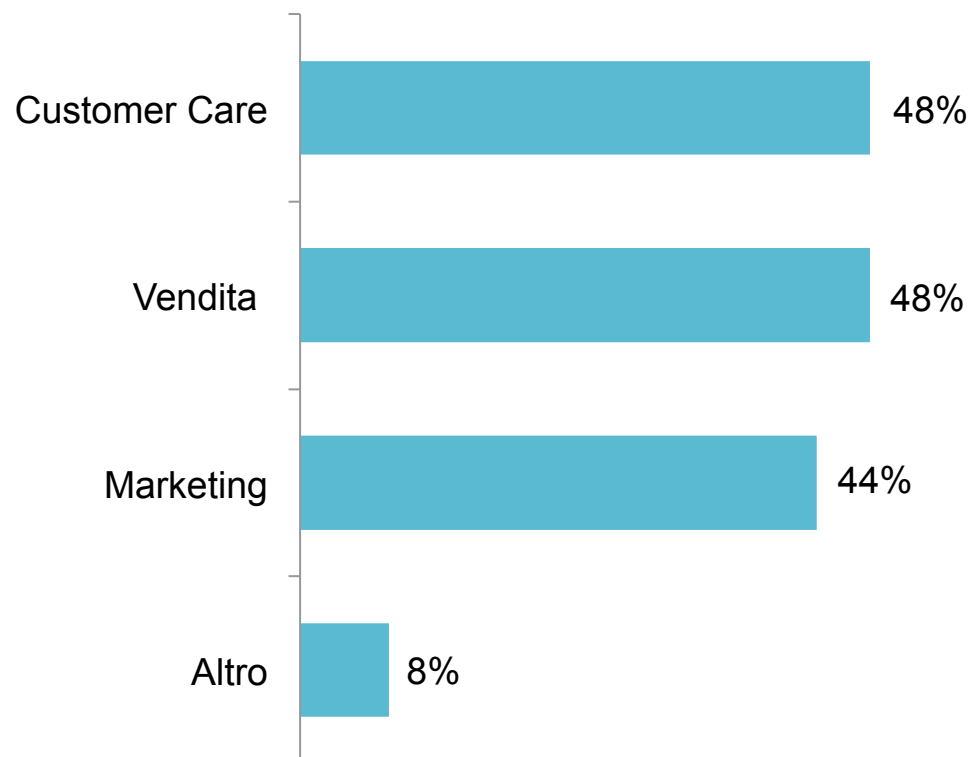
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Attività per le quali si utilizza il CRM

Base: user CRM - risposte multiple - valori %



Il CRM supporta soprattutto i processi di Vendita e Customer care / Post Vendita

La ricerca

CRM: strategie ed utilizzo



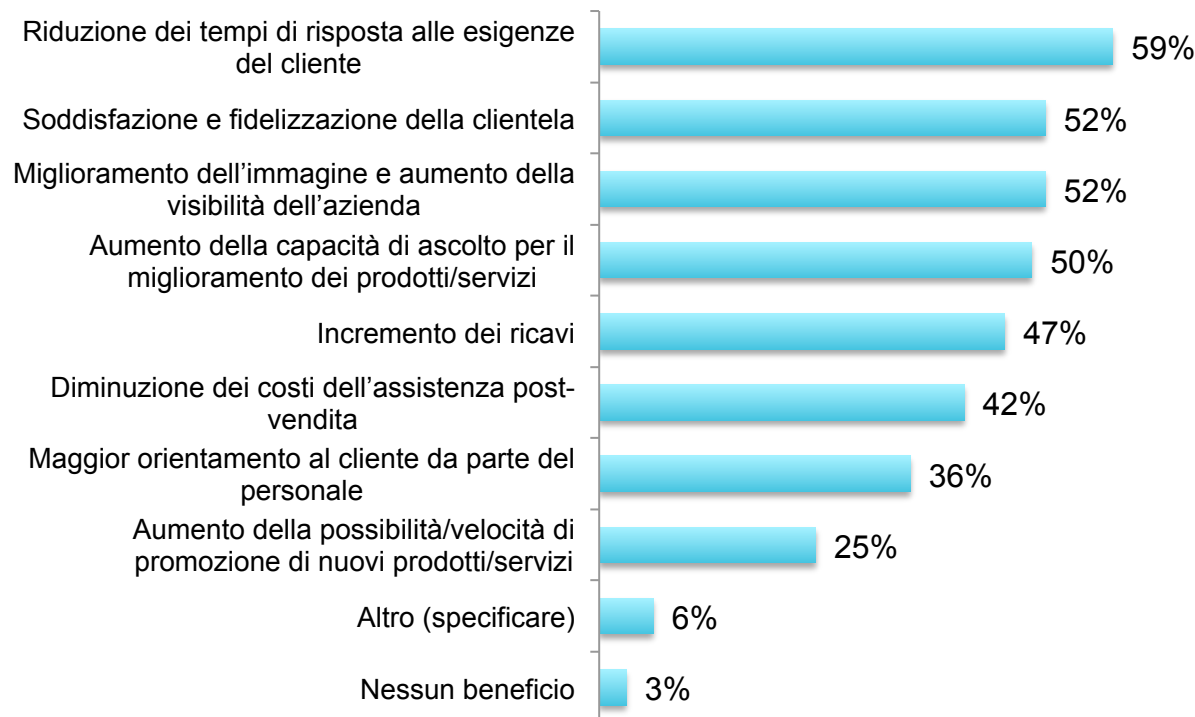
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Benefici riscontrati grazie all'implementazione del CRM

Base: User CRM - risposte multiple - valori %



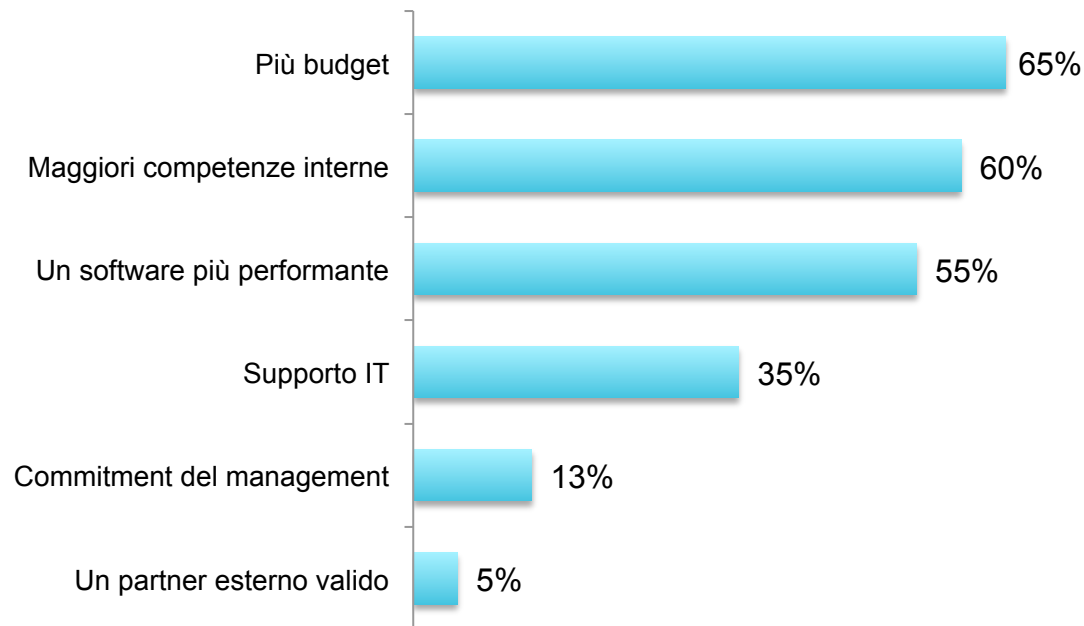
- Diversi benefici derivanti dall'utilizzo di un sistema CRM
- I primi due benefici sono legati al **miglioramento della relazione con il cliente**: il 59% delle aziende ha osservato una **Riduzione dei tempi di risposta alle esigenze del cliente** (soprattutto le aziende B2C) mentre il 52% dichiara una **maggiore Soddisfazione e fidelizzazione della clientela**
- Altri benefici riguardano l'**azienda**, in particolare **Aumento della visibilità e Miglioramento di prodotti/servizi** secondo le esigenze espresse dai clienti. Il 47% ha osservato anche un **Incremento dei ricavi**, in particolare le aziende B2B.

La ricerca

CRM: strategie ed utilizzo

Bisogni da soddisfare per migliorare il CRM

Base: User CRM - risposte multiple - valori %



- Il primo ostacolo al miglioramento/implementazione del CRM è il **budget**: il 65% delle aziende campione dichiara di non averne a sufficienza per realizzare quanto desiderato
- Il 60% necessita invece di maggiori competenze interne. Questa esigenza è avvertita in modo particolare dalle aziende medio grandi e B2B.
- Circa la metà delle aziende vorrebbe un software più performante.

La ricerca

CRM: risorse umane



knowledge
Innovation
Business
Services



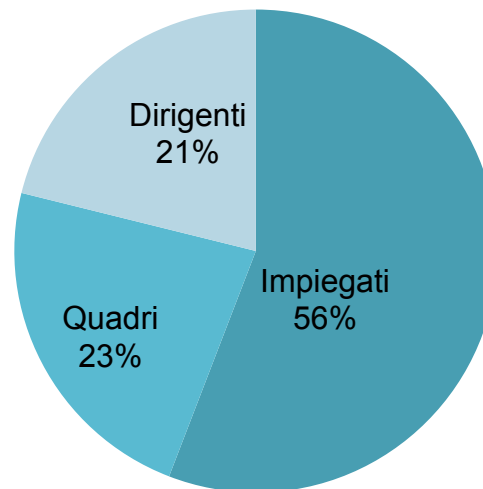
Synectics S.r.l.

Numerose figure professionali si occupano di CRM in azienda

- Il numero di addetti varia, complessivamente, da 1 ad oltre 10, in funzione della struttura organizzativa e dimensionale dell'azienda. Oltre la metà è un impiegato. Mediamente, il team è composto da 3 impiegati, 1 quadro o dirigente.
- Soltanto nel 6% dei casi è presente un solo addetto, frequentemente impiegato.

Gli addetti al CRM

Base: User CRM - valori %

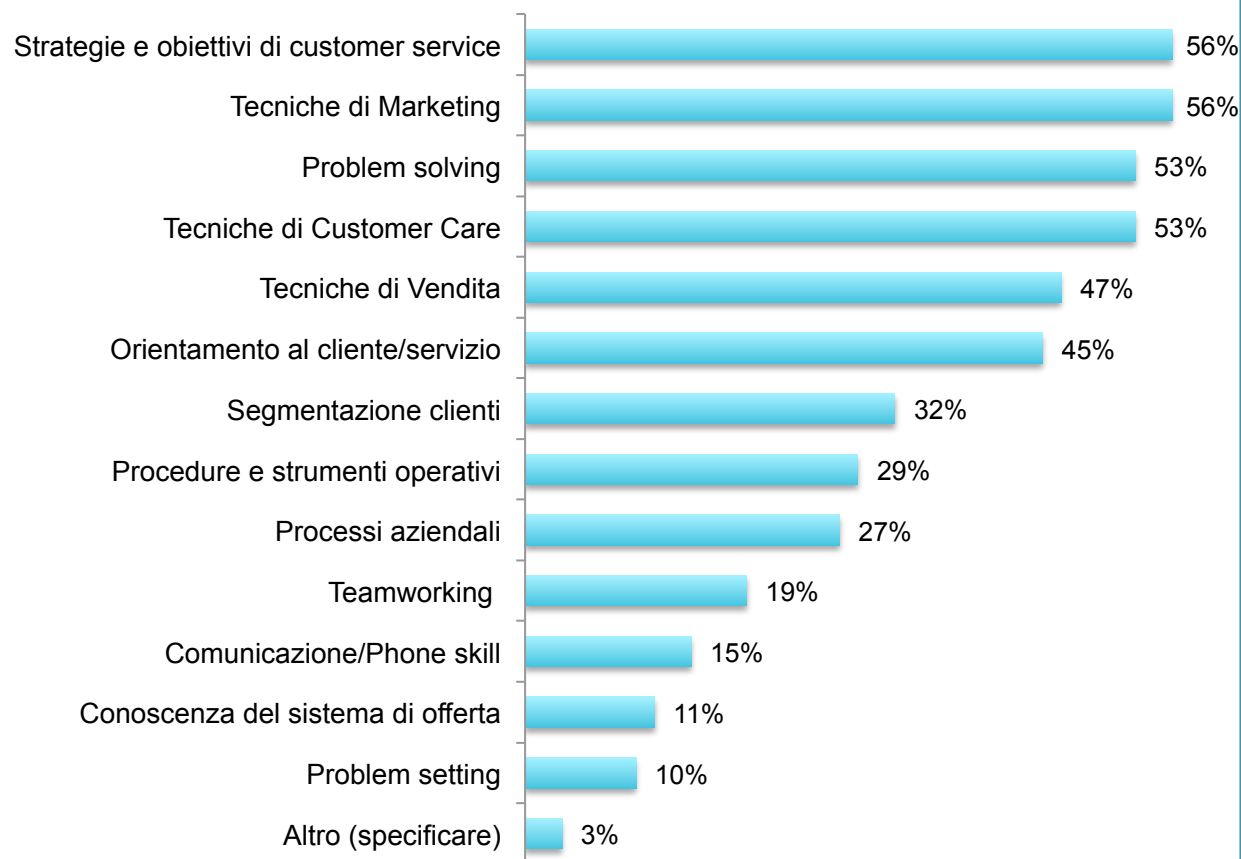


La ricerca

CRM: risorse umane

Contenuti della formazione sul CRM

Base: user CRM - risposte multiple - valori %



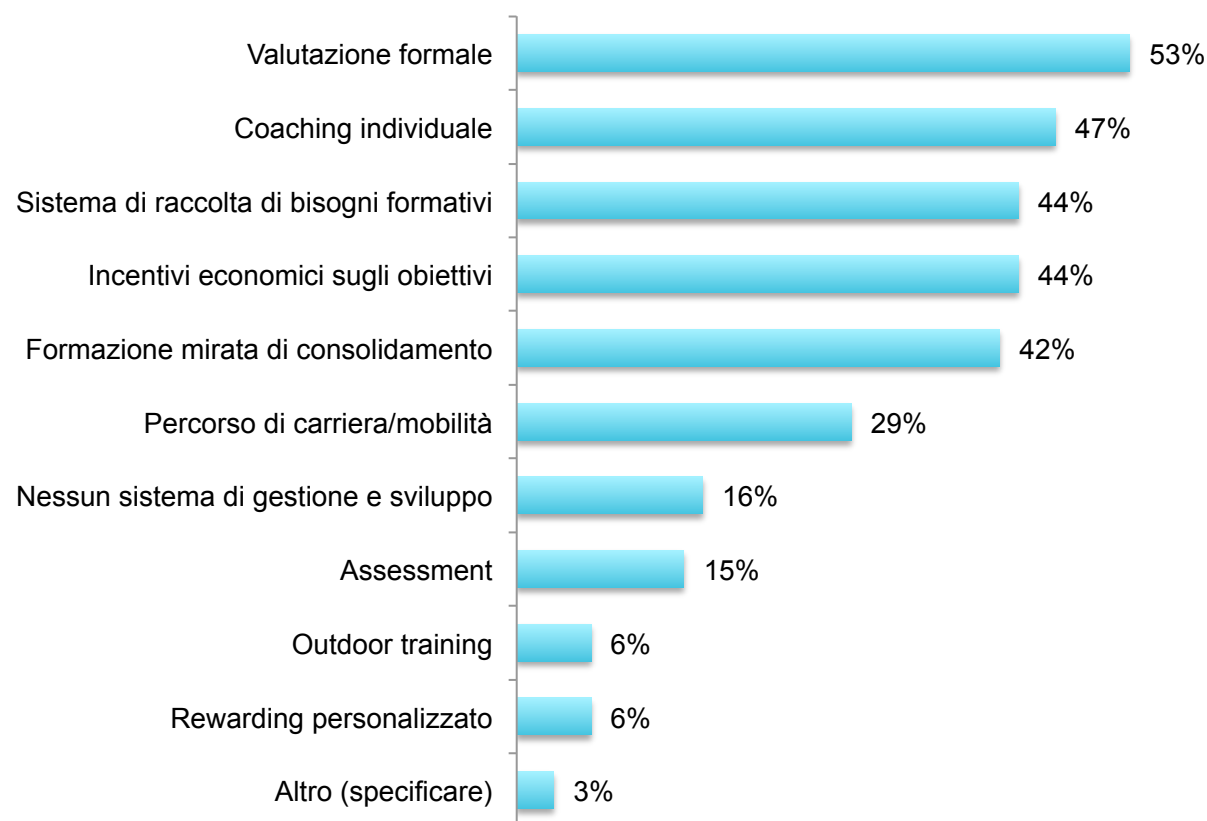
- Le aziende campane hanno improntato la formazione degli addetti al CRM su Tecniche e strumenti per rapportarsi adeguatamente al cliente.
- Oltre la metà delle aziende organizza la formazione su Tecniche di marketing, Vendita e Customer care. Il 53% parla anche di Problem Solving.
- Circa un terzo delle aziende affronta il tema della Segmentazione della *Customer Base*; tema trattato soprattutto da aziende B2C, per le quali la percentuale sale al 42%

La ricerca

CRM: risorse umane

Strumenti per la gestione e lo sviluppo del personale sul CRM

Base: user CRM - risposte multiple - valori %



- La gestione della formazione del personale si basa su diversi strumenti; le tecniche utilizzate da circa la metà delle aziende sono la **Valutazione formale** (53%) e il **Coaching individuale** (47%).
- Molto diffusi anche gli **Incentivi economici sugli obiettivi**, i **Sistemi di raccolta dei bisogni formativi**, la **Formazione mirata**.

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



knowledge
Innovation
Business
Services



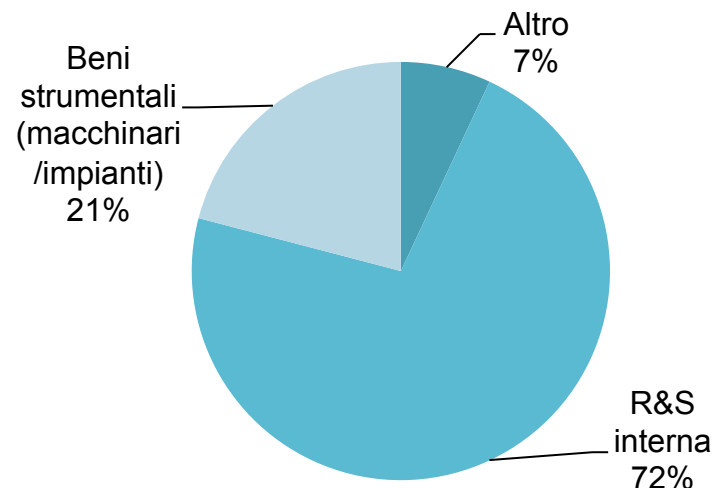
Synectics S.r.l.

In tema dell'Innovazione è molto diffuso tra le aziende campane.

- L'introduzione di Innovazione in azienda passa prevalentemente attraverso il settore della **Ricerca e Sviluppo** per oltre il 70% delle aziende; il 20% ha invece innovato investendo in Beni strumentali alla propria attività.
- Maggiormente portate all'innovazione in Area R&S le aziende B2B: l'84% delle aziende che lavora con il Business investe in R&S.

Le leve dell'innovazione

Base: 130 aziende - valori %



La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



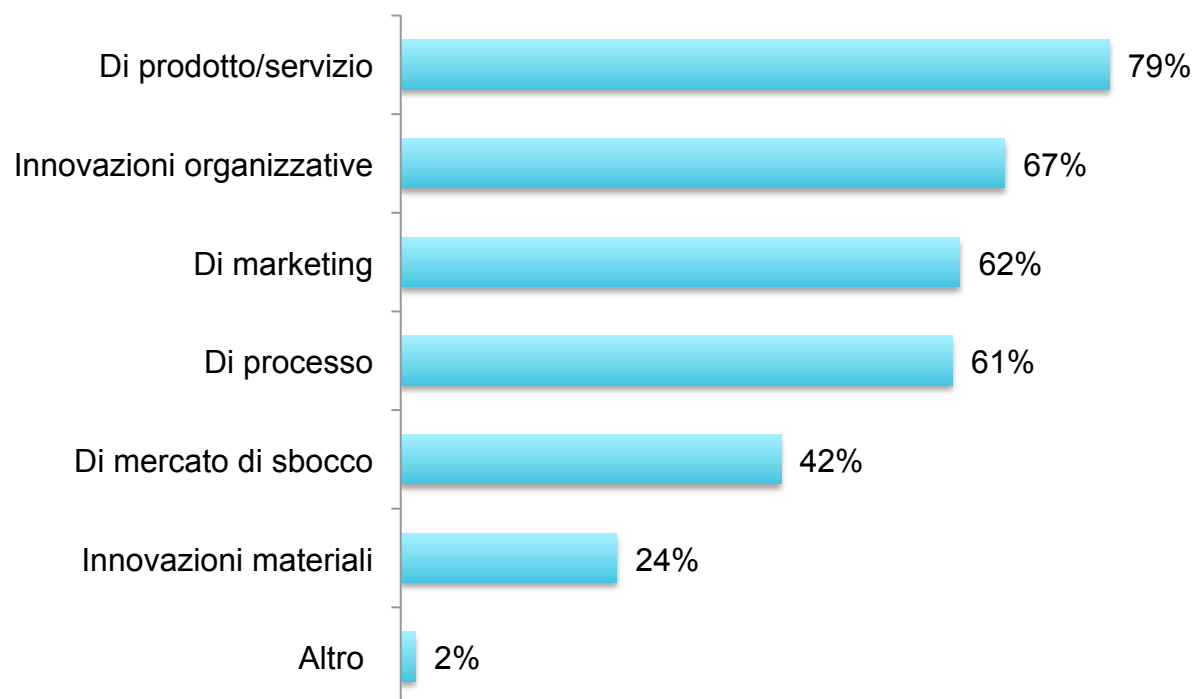
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Tipologia di innovazione introdotta nel biennio 2014-2015

Base: 121 aziende innovatrici - risposte multiple - valori %



- Nel biennio 2014-2015 **oltre il 90% delle aziende ha introdotto almeno un'innovazione.**
- La propensione all'innovazione è maggiore tra le imprese Medio-Grandi.
- Solo il 20% delle aziende ha introdotto una sola innovazione, soprattutto di prodotto/servizio

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



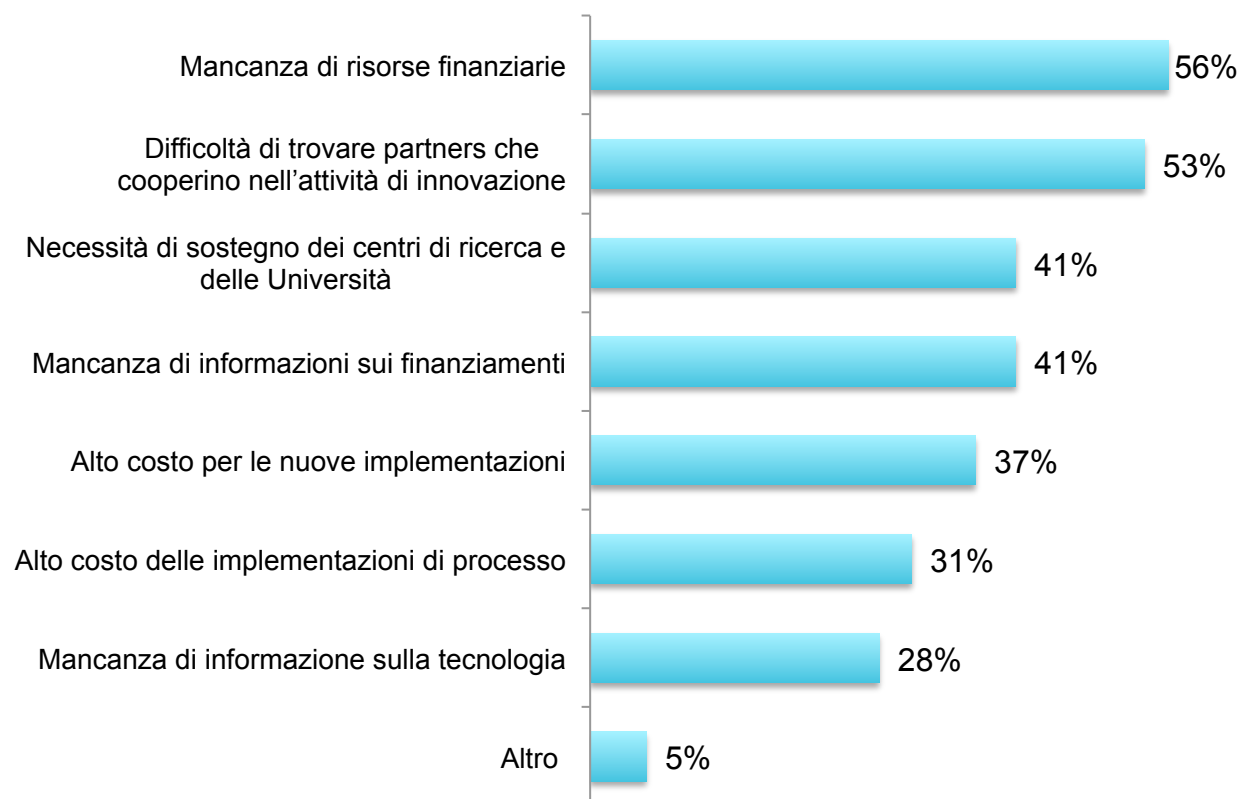
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Principali ostacoli al processo di innovazione

Base: aziende innovatrici - risposte multiple - valori %



Il principale ostacolo al processo di Innovazione riguarda la **mancanza di risorse finanziarie**.
Maggiormente interessate le aziende piccole: l'84% delle aziende con meno di 10 dipendenti dichiara di non avere risorse economiche per implementare un adeguato processo di innovazione

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



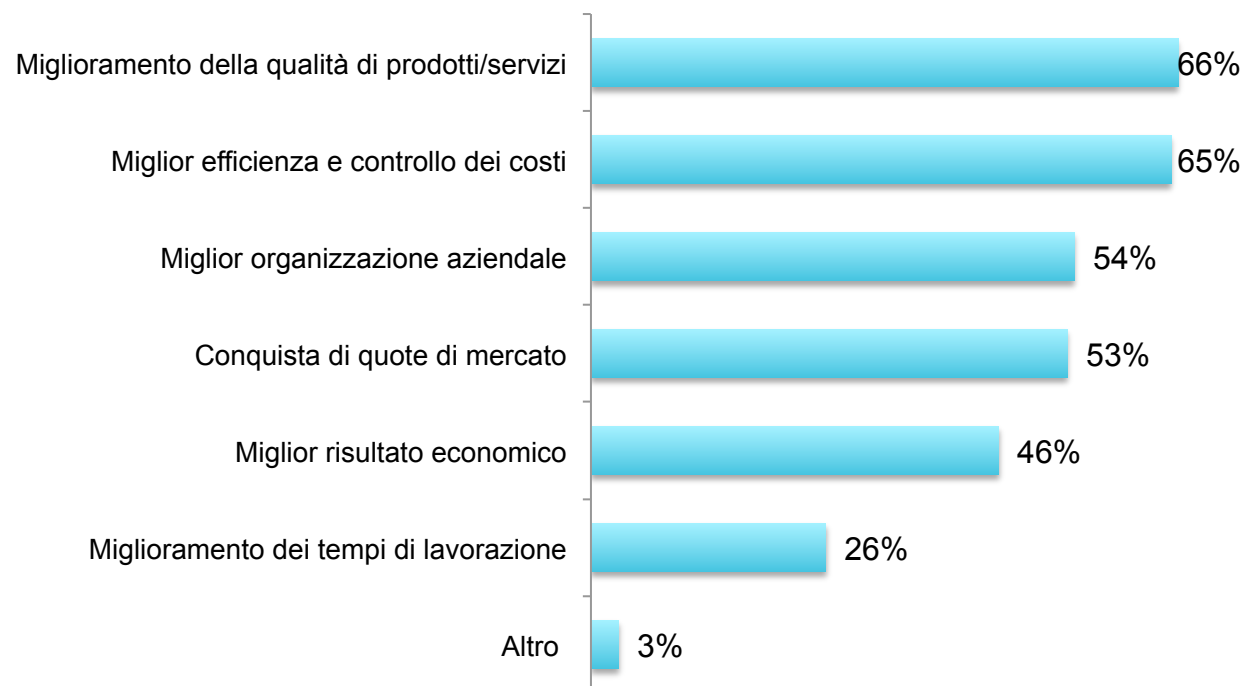
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Benefici ottenuti con l'introduzione di innovazioni

Base: aziende innovatrici - risposte multiple - valori %



- **miglioramento della qualità del prodotto**, particolarmente evidente tra le aziende medio-grandi
- **miglioramento nell'efficienza e nel controllo dei costi**, soprattutto per le imprese con processi complessi come l'industria alimentare e meccanica

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



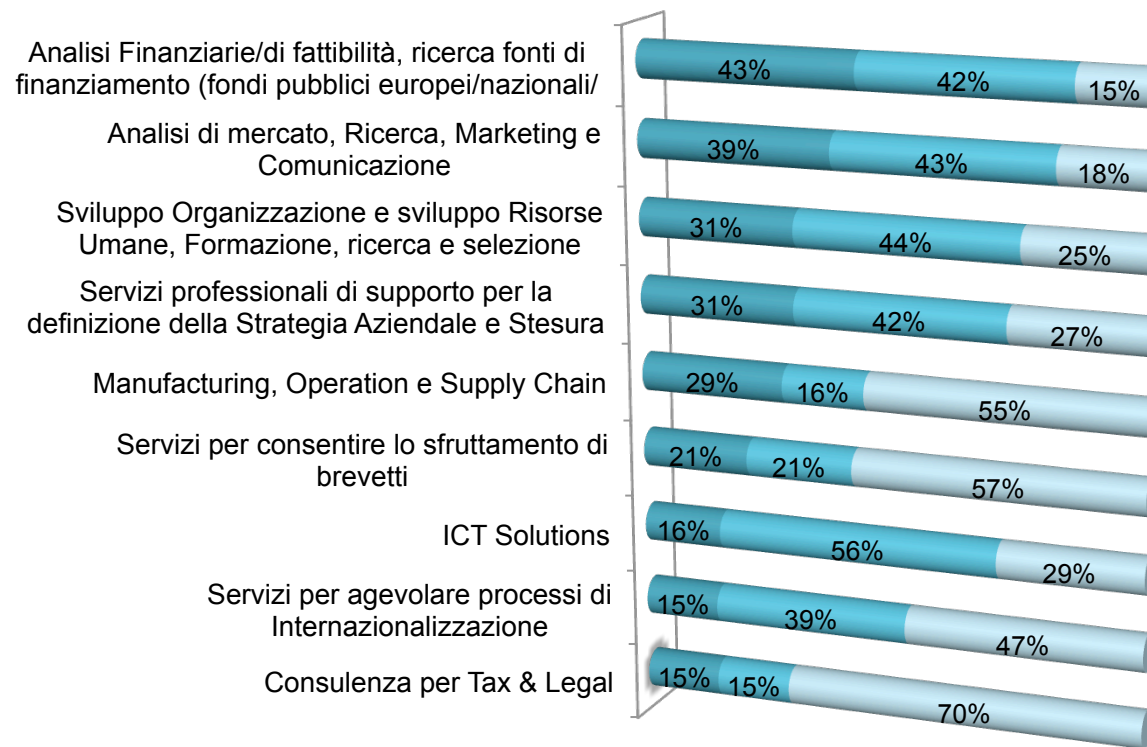
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Servizi Avanzati utili a supportare l'innovazione

Base: aziende innovatrici - valori %



■ Ci servirebbe ma manca ■ Lo stiamo per acquistare ■ Non ci serve e non ci interessa

- Il 90% delle aziende innovatrici utilizza o ha intenzione di utilizzare uno o più Servizi Avanzati per sostenere il processo di Innovazione.
- Le **soluzioni ICT** sono il principale servizio in cui le aziende hanno **finora investito** (56%)
- **Analisi finanziaria, Marketing, sviluppo organizzativo** i servizi che servirebbero maggiormente sui quali puntare per il futuro.

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



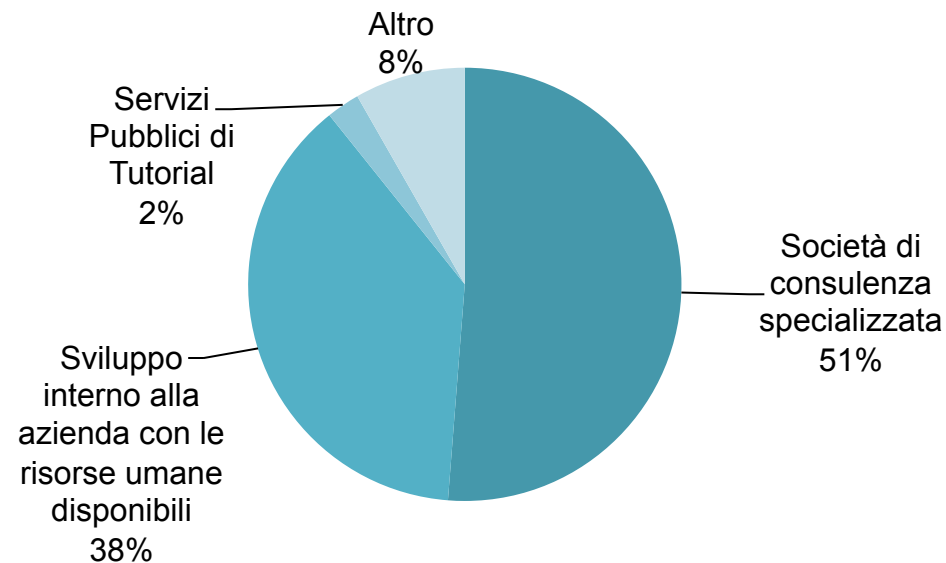
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Fornitori di servizi avanzati

Base: aziende innovatrici - valori %



- La metà delle aziende si rivolge a **Società esterne specializzate**
- **La soluzione in-house**, è preferita in particolare dalle PMI che dispongono di un budget limitato o dalle aziende B2C che necessitano di soluzioni personalizzate

La ricerca Innovazione e Servizi Avanzati



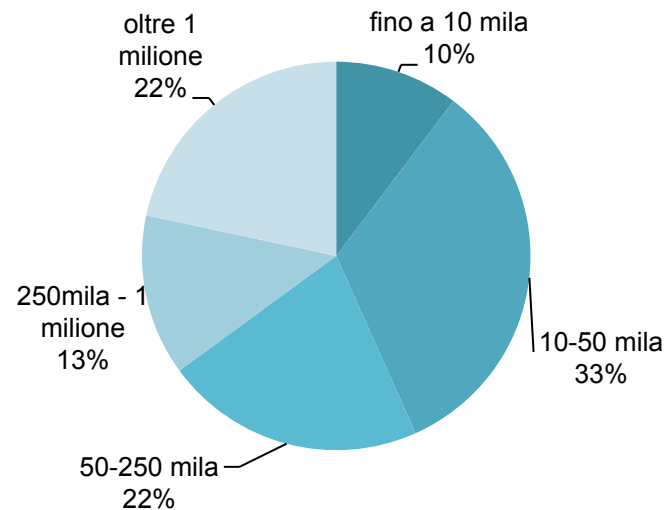
knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

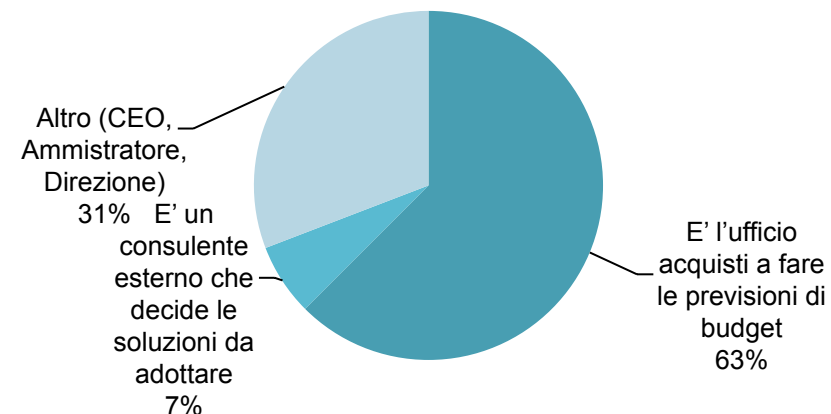
Budget annuo per Servizi avanzati

Base: aziende innovatrici - valori %



Responsabili per l'allocazione del budget

Base: aziende innovatrici - valori %



- Il 43% investe meno di 50 mila euro all'anno; il 22% oltre 1 milione, imprese medio grandi del settore meccanico, chimico/farmaceutico, energetico, trasporti
- Il budget è gestito dall'ufficio acquisti o direttamente dal CEO, direttore generale

Conclusioni



knowledge
Innovation
Business
Services



Synectics S.r.l.

Le aziende campane hanno dimostrato:

- forte **orientamento al cliente** e desiderio di apportare cambiamenti nelle formulazioni strategiche aziendali al fine di aumentare la propria competitività sul mercato.
- numerosi riscontri positivi derivanti dall'implementazione di un sistema CRM, primi tra tutti la ***riduzione dei tempi di risposta ai clienti e un conseguente generale incremento del livello di soddisfazione del cliente***
- **ostacoli** allo sviluppo di una adeguata strategia dovuti alla **mancaanza di budget e delle necessarie competenze interne**
- **necessità di supporto sia a livello consulenziale** (soluzioni ICT, ricerca fonti di finanziamento, ecc.) che a livello **formativo** (Marketing e Comunicazione, Vendita, Sviluppo organizzativo)
- necessità di ulteriore supporto esterno, maggior presenza di partner che cooperino nel processo o sostegno di Centri di Ricerca / **Università**.