Come AI rivoluziona la gestione e la soddisfazione del cliente

L’AI nel CRM è un moltiplicatore di opportunità, grazie alla sua capacità di innovare i modelli di business lungo tutta la catena del valore.

Giugno 2024

kmsenpai

Indice degli argomenti

- ✓ I fattori limitanti la relazione o l'acquisto del cliente: quali sono le cause ed i rimedi
- ✓ L'innovazione dell'approccio al mercato e cliente è condizione necessaria per l'AI Generativa
- ✓ Digital Client Management: funzionalità e vantaggi
- ✓ Strategie per utilizzare AIGen nella Customer Experience: mappe d'uso & vantaggi
- ✓ 4 casi di uso dell'AIGen

I fattori limitanti la relazione o l'acquisto del cliente includono qualsiasi difficoltà o disfunzione interna al fornitore che ostacola …

Migliorare la soddisfazione del cliente

Il B2B soffre di **scarsa conoscenza del cliente** che spesso genera disfunzioni e quindi ostacoli.
Le **aree di miglioramento** sono: la gestione strutturata delle relazioni, l'ingaggio del network di vendita, lo sviluppo di nuovi punti di contatto, la costruzione di canali self-service ed i marketplace.

Crescita di alto livello

La vendita B2B tradizionale è **obsoleta**.
Le aziende B2B devono adeguare i loro approccio al Mercato e Cliente basandosi sulle nuove esigenze dei clienti, integrando dati, tecnologie e processi smart, per generare un'esperienza d'acquisto fluida e personalizzata.

Capacità potenziate

I CRM, PLM, E-commerce, Configuratori e altre tecnologie digitali se **ben orchestrate migliorano la relazione e l'esperienza del cliente**, aumentando l'efficienza e l'efficacia dei reparti a contatto con i clienti e prospect.

Guadagno di efficienza dei team aziendali

Inefficienza nei processi di contatto, software non integrati, scarsa formazione e alto turnover causano bassi tassi di up-selling e cross-selling. L'automazione **riduce i tempi del ciclo di vendita ed i costi di acquisizione e gestione del cliente**.

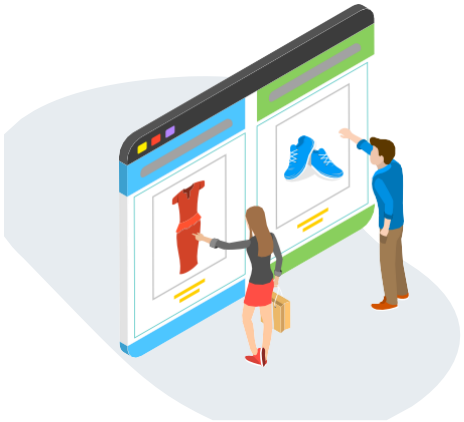
kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

…ripensare o potenziare il customer journey dei clienti per rispondere alle esigenze di supporto all'acquisto…

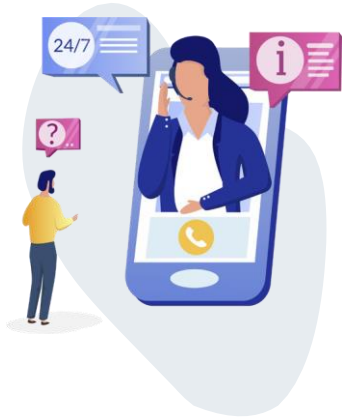
- ✓ Essere problem solver dei bisogni del cliente,
- ✓ Ingaggiare la distribuzione nella presentazione della Value Proposition,
- ✓ Costruire un posizionamento differenziante per supportare l'acquisto dei clienti,
- ✓ Integrare fiere ed eventi fisici con nuovi strumenti digitali,
- ✓ Creare un proprio ecosistema digitale modulare e scalabile,
- ✓ Essere digitali è trasformare il proprio business orientandolo al cliente,

…per un coinvolgimento iper-personalizzato in tempo reale per una esperienza all'avanguardia.

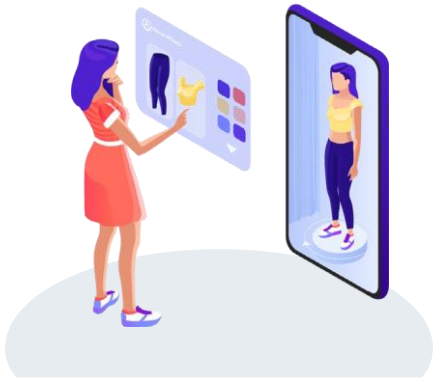
Iper-personalizzazione
Comunicazione inerente bisogni / problemi e soluzioni pertinenti



In tempo reale e comodità
Passa all'online per la fornitura di informazioni tecniche, invio ordini e l'assistenza post-vendita



Esperienza all'avanguardia
Oltre i luoghi fisici, per dimostrazioni virtuali, configuratori, formazione on demand, ect



Comunità
Connessione con comunità attorno a bisogni /passioni / interessi simili

Sostenibilità e scopo
Stretto allineamento dei sistemi di valore: promuovere prodotti e operazioni sostenibili, investire in ESG

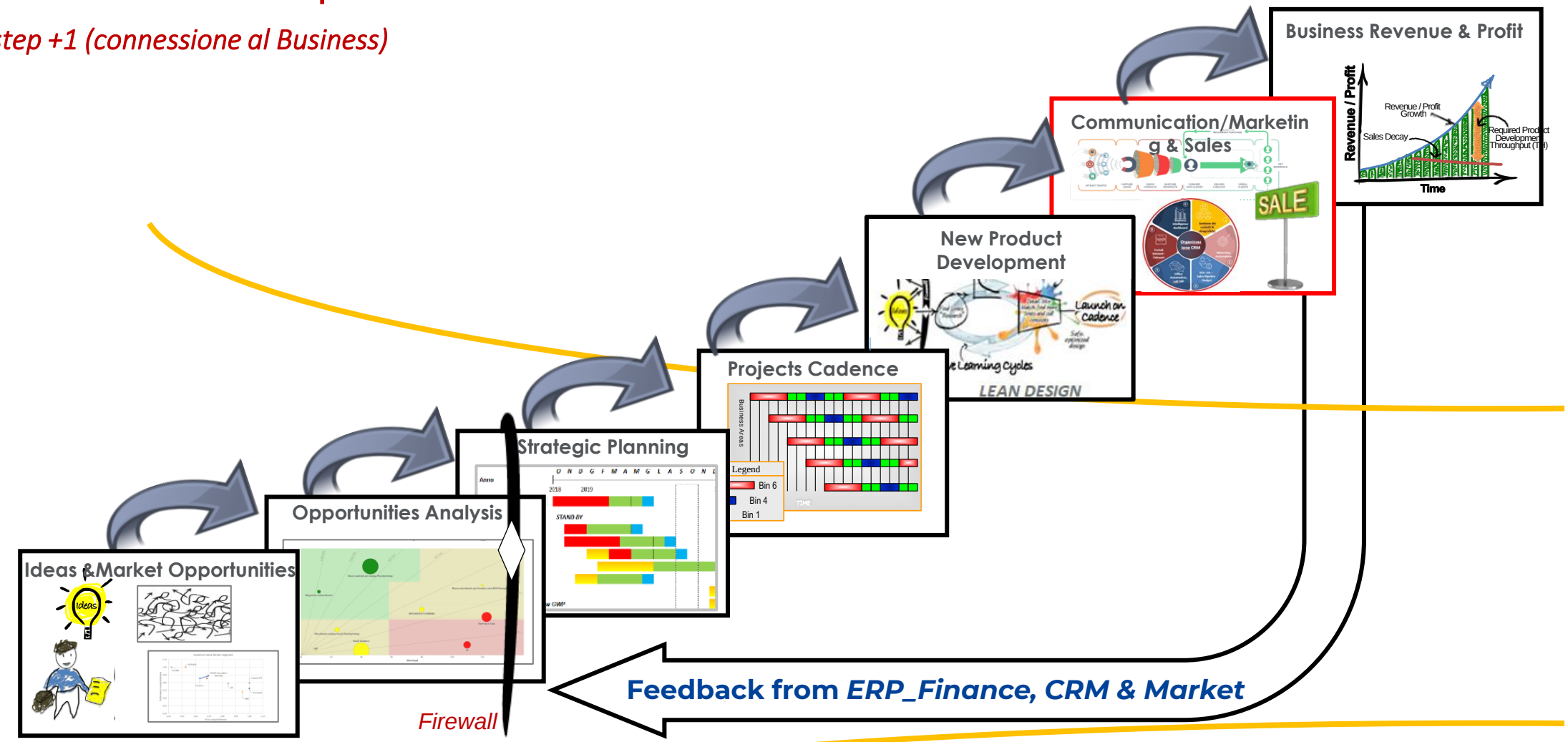
I **decision makers B2B** si aspettano tutto questo all'interno di un percorso di acquisto B2B più simile a un labirinto di attività che a una progressione lineare.

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

L’innovazione dell’approccio al Mercato e al Cliente è una condizione necessaria per l’utilizzo dell’AI Generativa

Il nostro modello per l'Innovazione

6 step +1 (connessione al Business)



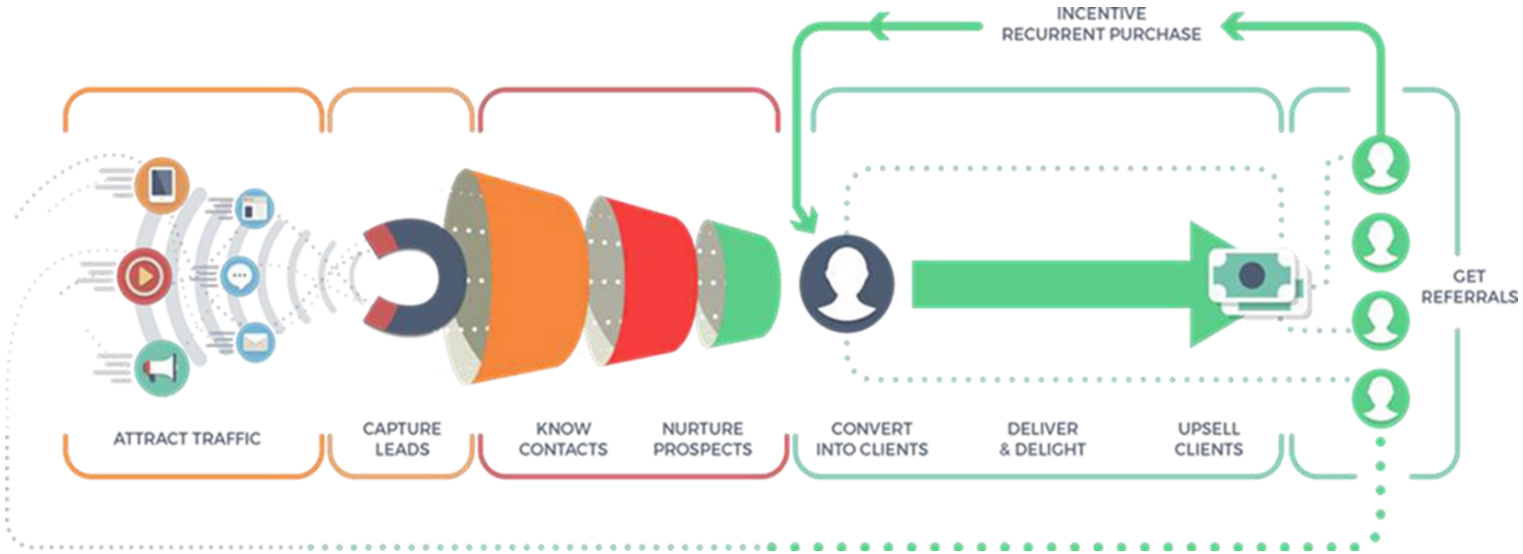
Get Product Sense and Innovation	Portfolio Management	Project Management	Lean Agile Product Development and CPS	Communicate Product Sense and Sales

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Confidential | All rights reserved

Client Innovation Approach: l'infrastruttura per guidare il percorso di acquisto del cliente

Engagement & Leads Generation | **SMarketing** | **Sales & Support** | **Customer Service (CX - BX)**



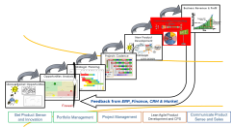
Canali di ingaggio
- ✓ Website
- ✓ Mobile
- ✓ Social network
- ✓ Contact
- ✓ Direct marketing
- ✓ Media & Advertising

CCM
- ✓ Branding & Communication
- ✓ Product & Offering Communication
- ✓ Lead & Prospec Engagement
- ✓ Leads Generation
- ✓ Database dei contenuti tradizionali e digitali

CRM
- ✓ Client & Market Marketing (segmentazione & selezione)
- ✓ Gestione e supporto della relazione cliente – prospect (scadenziario, calendario, comunicazione H2H, preventivazione)
- ✓ Pipeline Management (lead scoring, proposal, offer management)
- ✓ Service (ticketing, up-sell ricambi, field management, client experience management)
- ✓ Client & Market management

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Come organizzare i processi e le tecnologie per raccogliere informazioni e dati del lead – prospect e cliente durante la comunicazione e lo smarketing…



I processi possono essere suddivisi in **due macrocategorie**, che corrispondono ai **due principali «momenti»** del **ciclo di vendita**: *comunicazione*, *promozione* e *presentazione del prodotto - soluzione*….

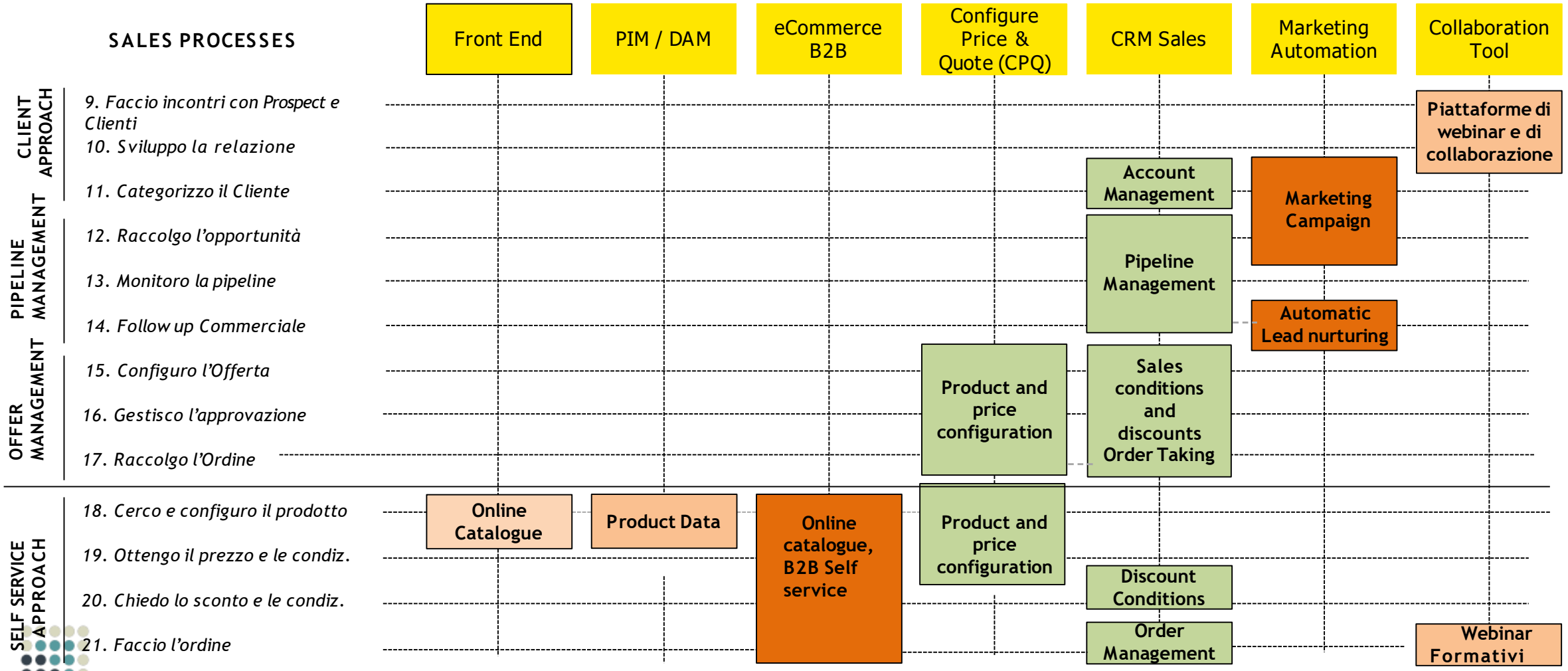
COMMUNICATION & LEAD MANAGEMENT

		Front End	PIM / DAM	eCommerce B2B	Configure Price & Quote (CPQ)	CRM Sales	Marketing Automation	Collaboration Tool
BRANDING	*1. Mi presento e mi faccio trovare*	Website, Social Selling Webinar Webcast, online event, Fiere virtuali, Digital showroom						
	2. Organizzo eventi e invito Lead - Prospect - Clienti							Piattaforme di webinar e di collaborazione
PRODUCT & OFFERING	*3. Presento i prodotti - servizi - soluzioni*		Gestione dei prodotti e dei cataloghi					
	4. Condivido informazioni per qualificarmi per rispondere ai bisogni							
PROSPECT & LEAD ENGAGEMENT	*5. Ingaggio i contatti interessati alle esperienze - contenuti - referenze - etc*					Lead Management	Email Marketing, Newsletter, Promozioni	Strumenti di collaborazione aziendale
	6. Qualifico i Lead per comprenderne i bisogni							
	7. Indirizzo i Lead a specifici prodotti - servizi - soluzioni					Opportunity Management		
	8. Nutro i Lead con materiale e campagne rilevanti							

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

…e nella gestione della vendita e del servizio, riducendo le frizioni e le duplicazioni di intervento rispetto il customer journey

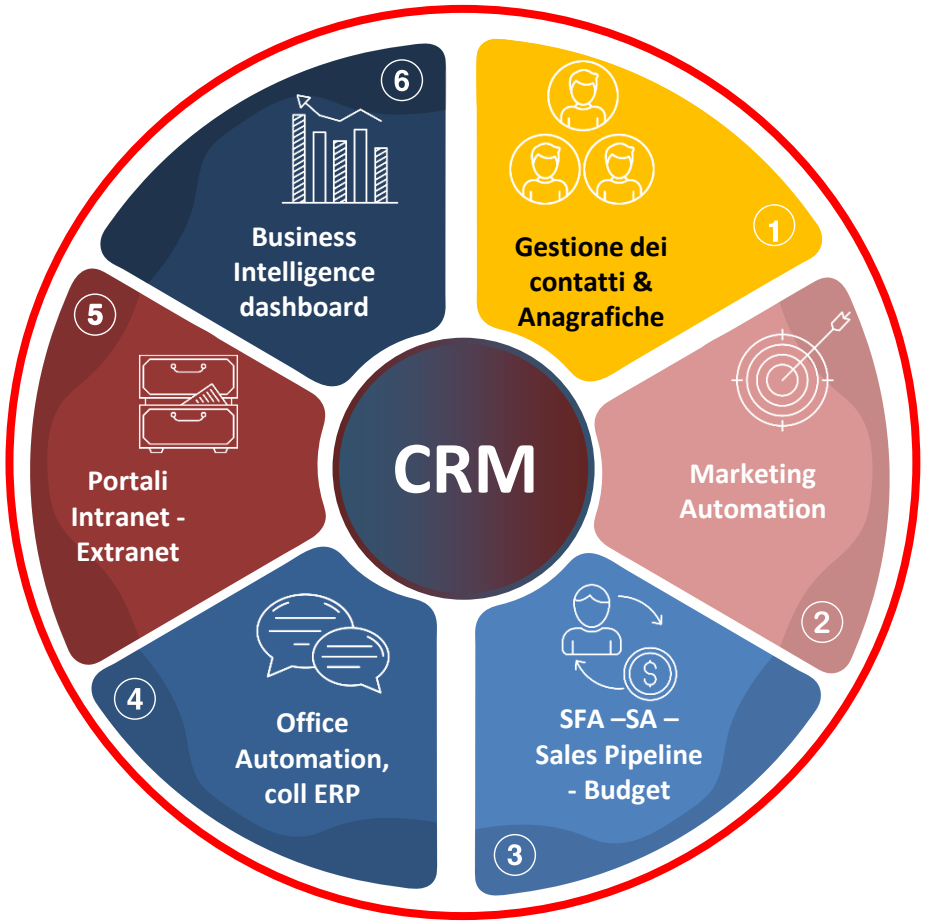
…e gestione dei *processi transazionali* a conclusione della *vendita*.



kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

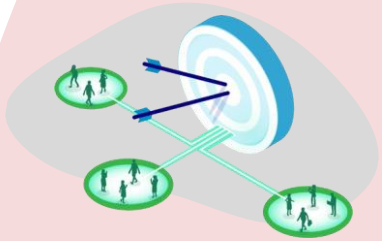
Digital Client Management: funzionalità e vantaggi delle piattaforme relazionali CRM

Digital Client Management: funzionalità delle piattaforme relazionali CRM nella gestione delle relazioni con i clienti: un sistema integrato di processi e metodi di lavoro.

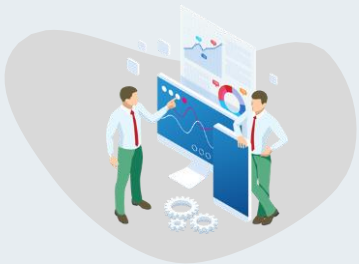


CCM – piattaforma di Customer Communication Management

Contenuti acceleranti di kmsenpai a disposizione delle organizzazioni B2B.



- **Customer Journey Set-up**
- **Sales Pipeline Set-up**
- **Standard Works Set-up**
- **Omnichannel B2B Lead Management Set-up,**
- **Marketing & Sales Funnel set-up**
- **ERP standard per il collegamento col CRM,**
- **KPI set-up ,**



- **Customer Centric Approach**
- **CRM**
- **CCM** – Customer Communication Management,
- **E-commerce,**

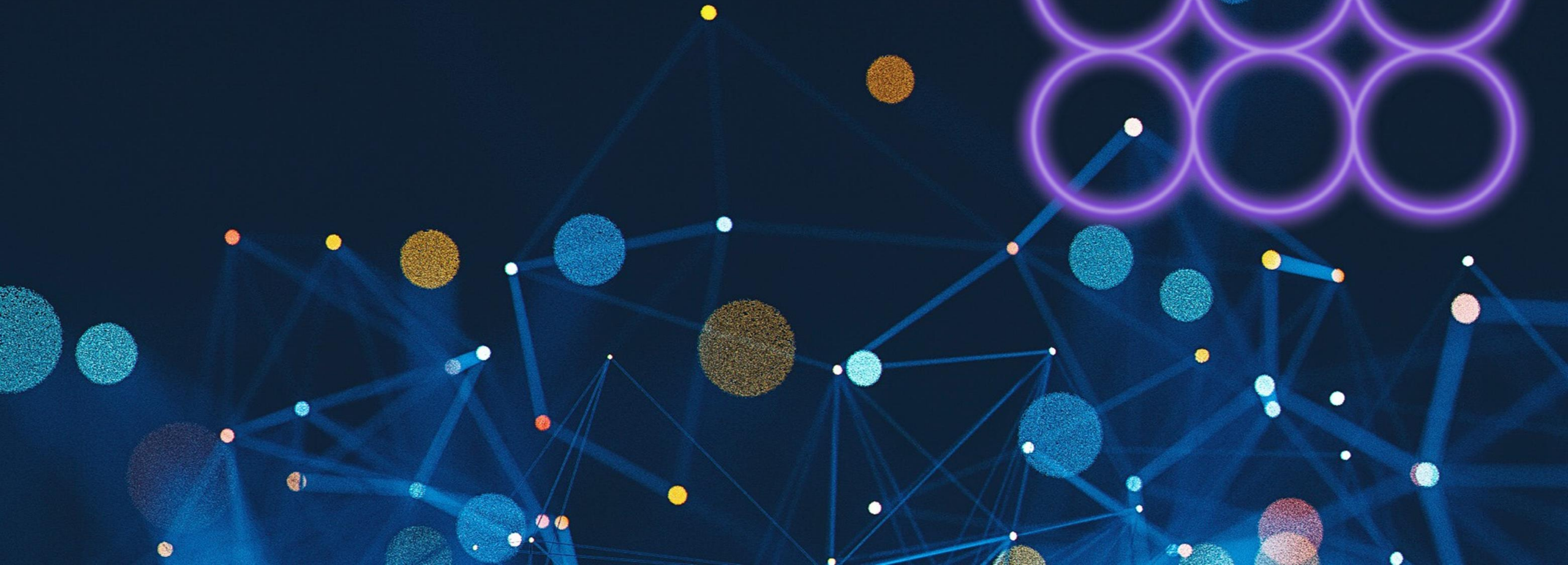
kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Digital Client Management: i vantaggi della evoluzione funzionale del CRM e dei Customer Data Platform

- Aumento dell'efficienza
- Aumento della competitività sul mercato
- Gestione ottimizzata del CRM
- Monitoraggio delle performance
- Aumento della fidelizzazione
- Automatizzazione dei processi
- Miglioramento del customer service
- Gestione End 2 End delle vendite

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Strategie per iniziare ad adottare GenAI nella Customer Experience



Automatizzare

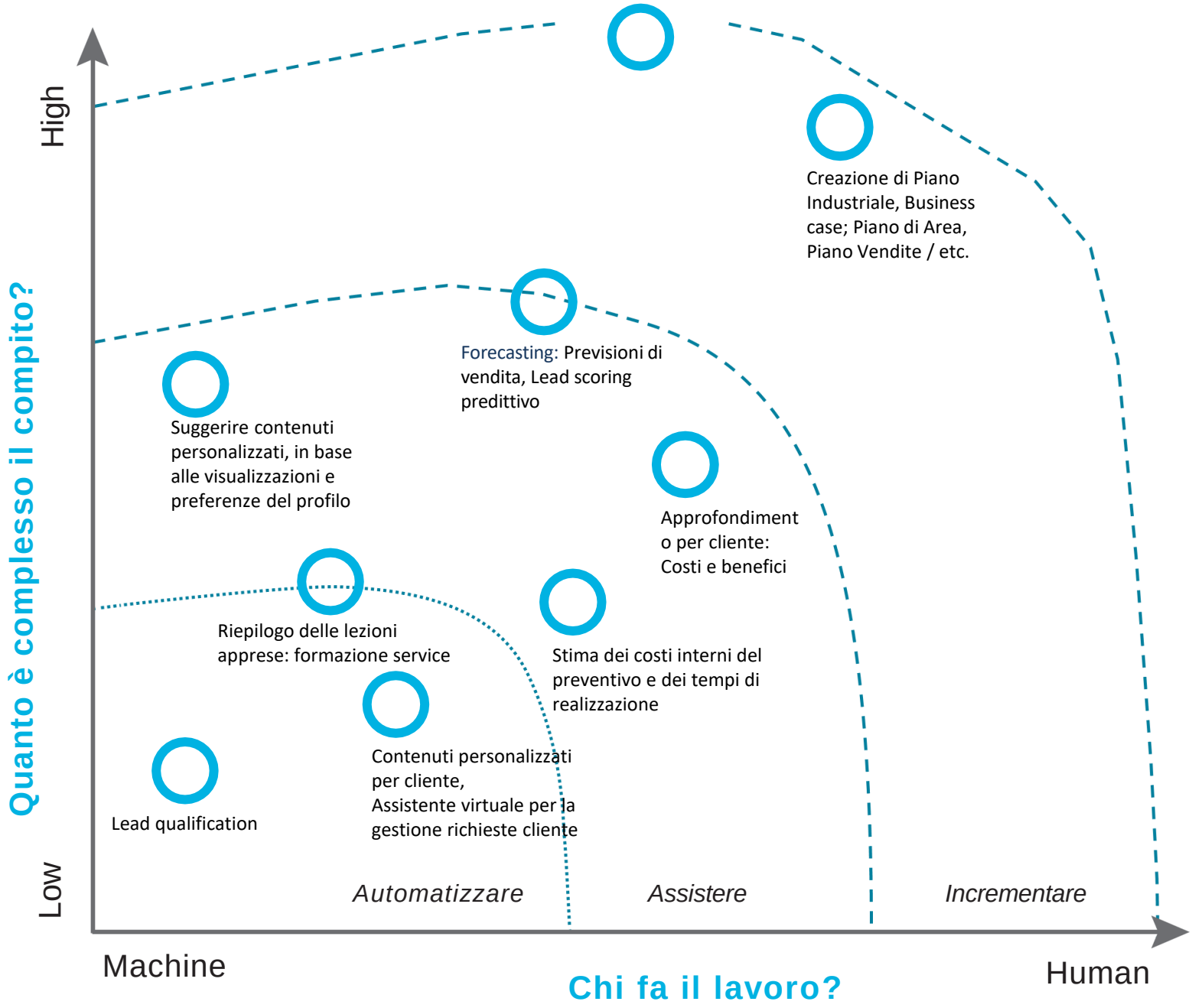
GenAI può **automatizzare** attività a bassa complessità e che richiedono basso intervento umano nel loro output finale.

Assistere

A livello di "**assistenza**", GenAI integra le analisi per ottenere le bozze per la revisione e creare in modo iterativo l'output previsto. I risultati non possono essere considerati completi senza perfezionamento, test e analisi complementari.

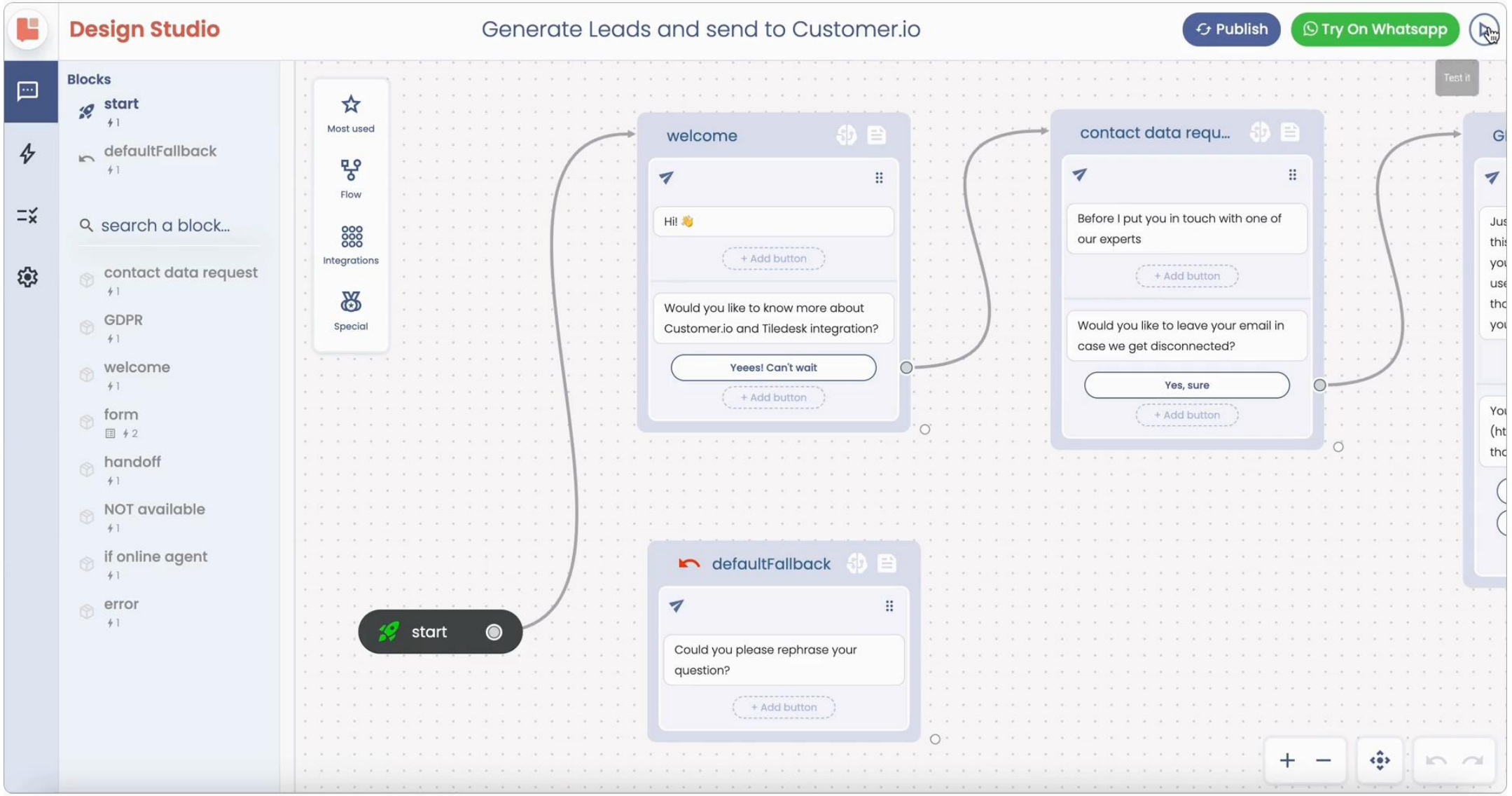
Incrementare e/o Aggiungere per migliorare

Il livello più complesso è "**incrementare**" le capacità esistenti ed esplorare e sviluppare nuove capacità. Il focus è svolgere compiti più complessi e strategici specifici per l'organizzazione o l'argomento.

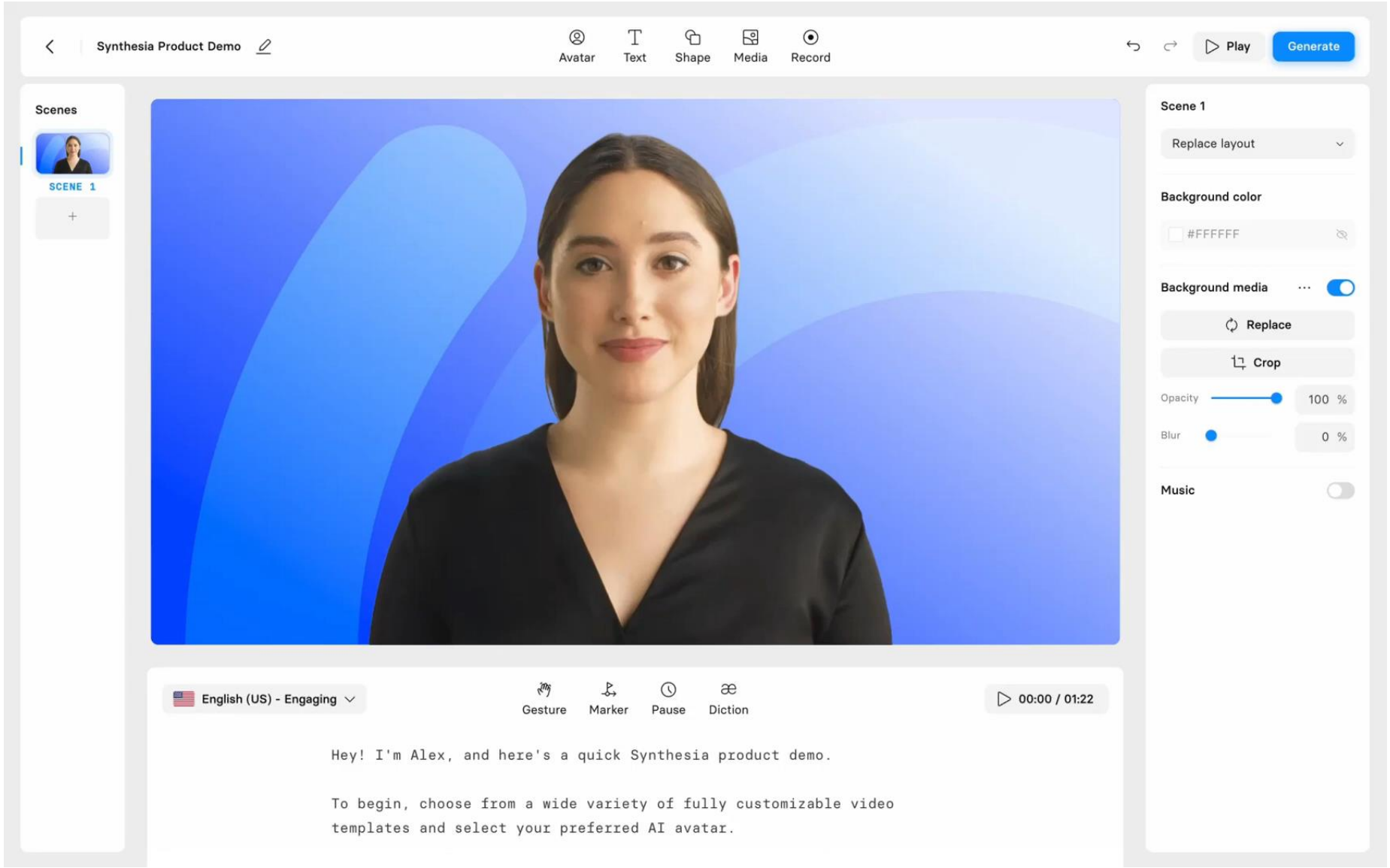


kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Esempio 1: Tiledesk chatbot per Lead generation e customer service

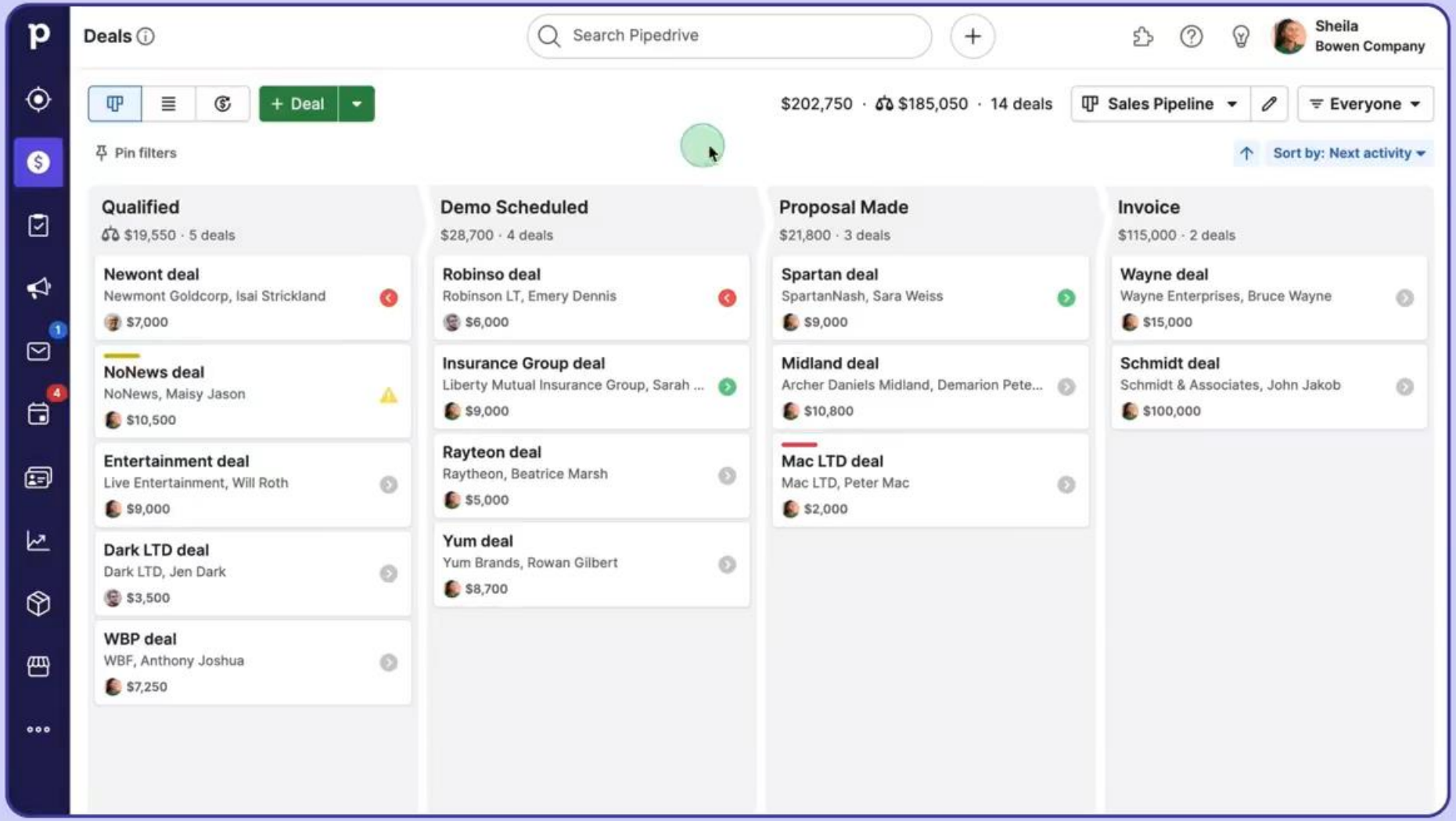


Esempio 2: Synthesia video



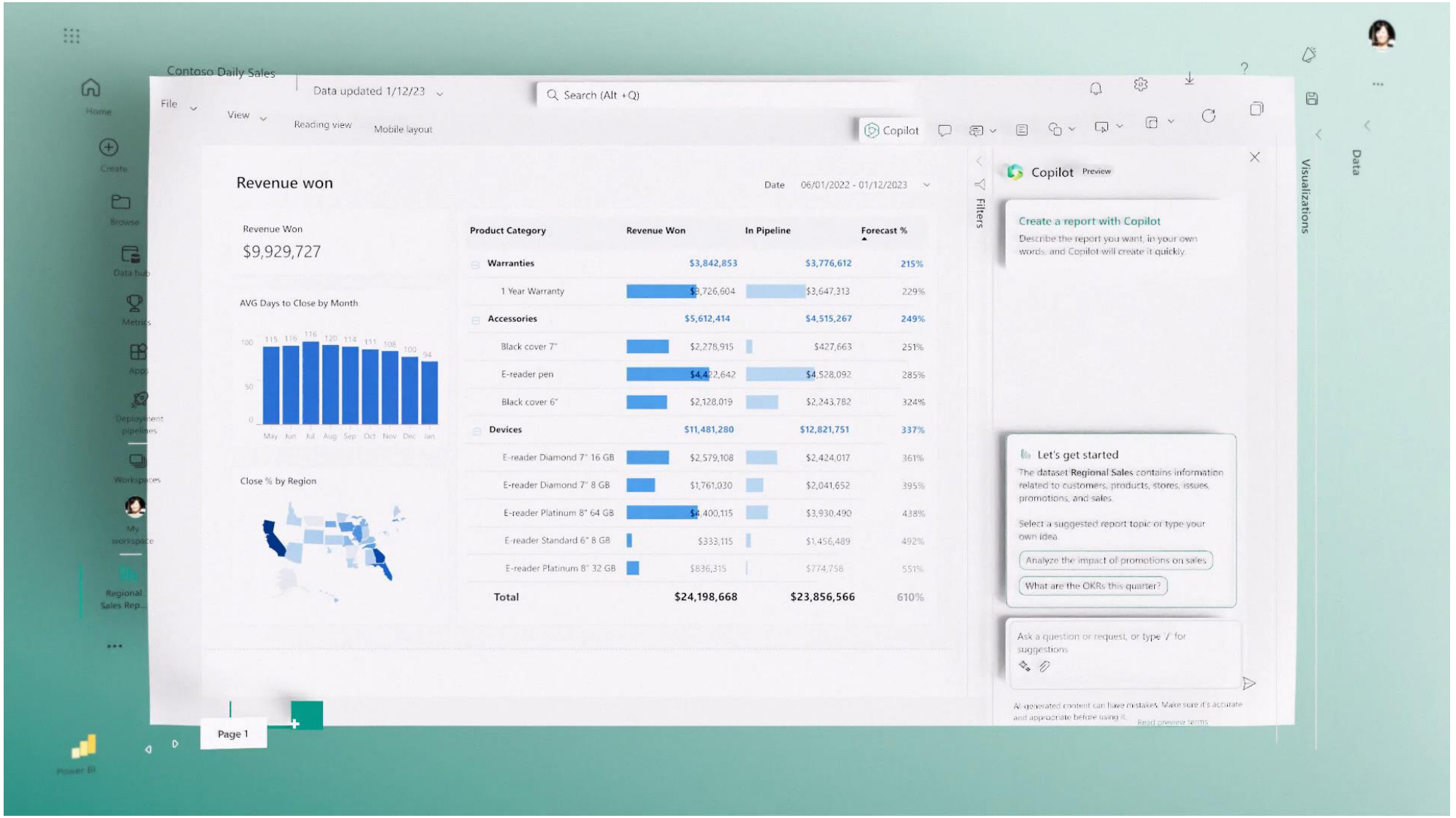
kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Esempio 3: Pipedrive CRM sales assistant



kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Esempio 4: Power BI Copilot



Ora tocca a voi!

Incontrate difficoltà o limiti nella gestione dei clienti che ostacolano il raggiungimento dei vostri obiettivi aziendali?

Quale è il livello di digitalizzazione delle diverse fasi della vostra gestione commerciale?

L'organizzazione, gli strumenti e la infrastruttura attuali vi consentono di raccogliere, elaborare e analizzare le informazioni sui clienti per prendere decisioni migliori sulla vostra strategia commerciale?

L'impatto dell'attuale gestione dei clienti sui risultati dell'azienda è adeguato?

Le informazioni commerciali sull'attività dei vostri clienti vi permetterebbero già di sfruttare dell'AI Generativa?

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

Preparati all’integrazione del CRM + AI generativa con kmsenpai

1. kmsenpai è in prima linea nell'evoluzione dell’organizzazione **B2B ominchannel** dei processi «comunicazione – marketing – sales – service», offrendo webinar, guide operative e opportunità di apprendimento continuo.

2. kmsenpai assiste le organizzazioni nell’implementazione delle **piattaforme relazionali CRM** in ottica Customer Centric: dalla analisi dei fabbisogni alla Business Digital Strategy, dal ridisegno dei processi alla creazione delle competenze e all’execution.

3. kmsenpai guida i manager delle organizzazioni su come sfruttare **GenAI**, favorire la crescita professionale e dimostrare resilienza in un contesto competitivo. C'è molto altro in arrivo.

kmsenpai
EVOLUZIONE CONDIVISA

KMSenpai srl – **Consulenza di direzione & Temporary management**
Sede legale : Polo Tecnologico di Pordenone “Andrea Galvani” Via Roveredo 20/b - 33170 Pordenone (PN)
Codice Fiscale e Partita Iva 03093910275   Capitale Sociale € 10.000 i.v.
info@kmsenpai.it | www.kmsenpai.it

Interessato all’Intelligenza Artificiale Generativa? Contattaci!

Giuseppe Segalla
Senior Partner
Mobile + 39 348 5161100
g.segalla@kmsenpai.it

Le informazioni contenute nel presente documento sono classificate riservate e confidenziali, sono opera di ingegno di KMSenpai srl ad esclusivo uso interno del cliente e non rilasciabili a terze Parti senza l’autorizzazione scritta di KMSenpai srl.
Le informazioni che il suddetto rapporto contiene sono riportate in forma sintetica e possono quindi creare dubbi di interpretazione a chi non ha partecipato alla loro presentazione. Restiamo comunque a disposizione per ogni eventuale ulteriore chiarimento.