



OSSERVATORIO 2020 CRM & eCOMMERCE

26 Gennaio 2021
ore 11:00 - 13:00

**EVENTO
FINALE**

AGENDA

11:00 Osservatorio CRM 2020 | **I principali risultati**

Elisa Fontana – CEO C-Direct Consulting, Senior CRM Consultant Engineering

11:15 Osservatorio CRM 2020 | **Analisi ed evoluzione dello scenario applicativo**

Tavola rotonda con gli operatori di mercato:

ENGINEERING – Mauro Zanon, Head of CRM & CX Consulting

OPENSYMBOL | Enrico Maggi, CEO

ENGINEERING ENTERPRISE SOLUTIONS | Luisanna Vannucci, Enrico Damo – BU Customer Experience

WEB RESULTS | Alessandro Plebani, Direttore Tecnico

12:00 Osservatorio CRM 2020 | **Fattori critici di successo e benefici ottenuti**

La voce delle Aziende:

DUCATI | Stefania Indirli, Head of CRM & Customer Experience

MITSUBISHI ELECTRIC | Glauco Airoidi, Business Analysis & Process Improvement Manager

12:35 Osservatorio CRM 2020 | **Integrazione eCommerce & CRM**

La voce dei protagonisti:

DIGITELEMATICA | Mauro Mura – Sales Manager

12:50 Q&A | **Conclusioni**

| Osservatorio CRM 2020

I principali risultati



Elisa Fontana

CEO C-Direct Consulting

CRM & CX Senior Consultant Engineering Ingegneria Informatica

elisa.fontana@cdirectconsulting.it

elisa.fontana@eng.it

LA RICERCA

Il focus

L'**Osservatorio CRM** è la **più completa ricerca sul CRM** in Italia.

L'indagine **online** è condotta su **base annua** dal 2015 ed è giunta alla sua **6° edizione**.



L'Osservatorio 2020 si è svolto nel periodo **Aprile-Dicembre**



Obiettivo

esplorare i **principali trend del CRM** tra le aziende italiane analizzandone l'evoluzione nel corso del tempo:

Diffusione e posizionamento del CRM nelle aziende italiane

Software CRM - i più utilizzati, i principali trend

Processi e organizzazione

Risultati e difficoltà - le leve per un CRM di successo

Analisi e cultura dei dati

LA RICERCA

Il focus



! Quest'anno la ricerca approfondisce il ruolo dell'**eCommerce**, un processo che necessita sempre più di essere **integrato al CRM** e un canale di vendita in forte crescita, anche a seguito delle conseguenze legate allo scenario pandemico *Covid 19*

Il 2020 è stato l'anno con il **numero di partecipanti più alto dall'inizio della ricerca**

LA RICERCA

Promotori e Partner



Fin dalla sua 1° edizione l'Osservatorio CRM è realizzato da **C-Direct Consulting**, società di **consulenza, formazione, data analysis**, nelle principali aree e processi aziendali supportati dal CRM, inteso come **filosofia e approccio di business, non solo come tecnologia**



Da quest'anno è realizzato in stretta collaborazione con il **Team CRM & CX Consulting di Engineering Ingegneria Informatica Spa**. Con circa 12.000 professionisti e 65 sedi nel mondo, il **Gruppo Engineering** disegna, sviluppa e gestisce soluzioni innovative per le aree di business in cui la digitalizzazione genera i maggiori cambiamenti, tra cui Digital Finance, Smart Government & E-Health, Augmented City, Digital Industry, Smart Energy & Utilities, Digital Media & Communication



Con il patrocinio di CMI Customer Management Insight che sostiene l'Osservatorio dal 2015. Un punto di riferimento per tutti i manager che cercano informazioni, approfondimenti ed esperienze per portare nelle proprie aziende progetti di **Customer Experience, Customer Centricity e Digital Transformation**

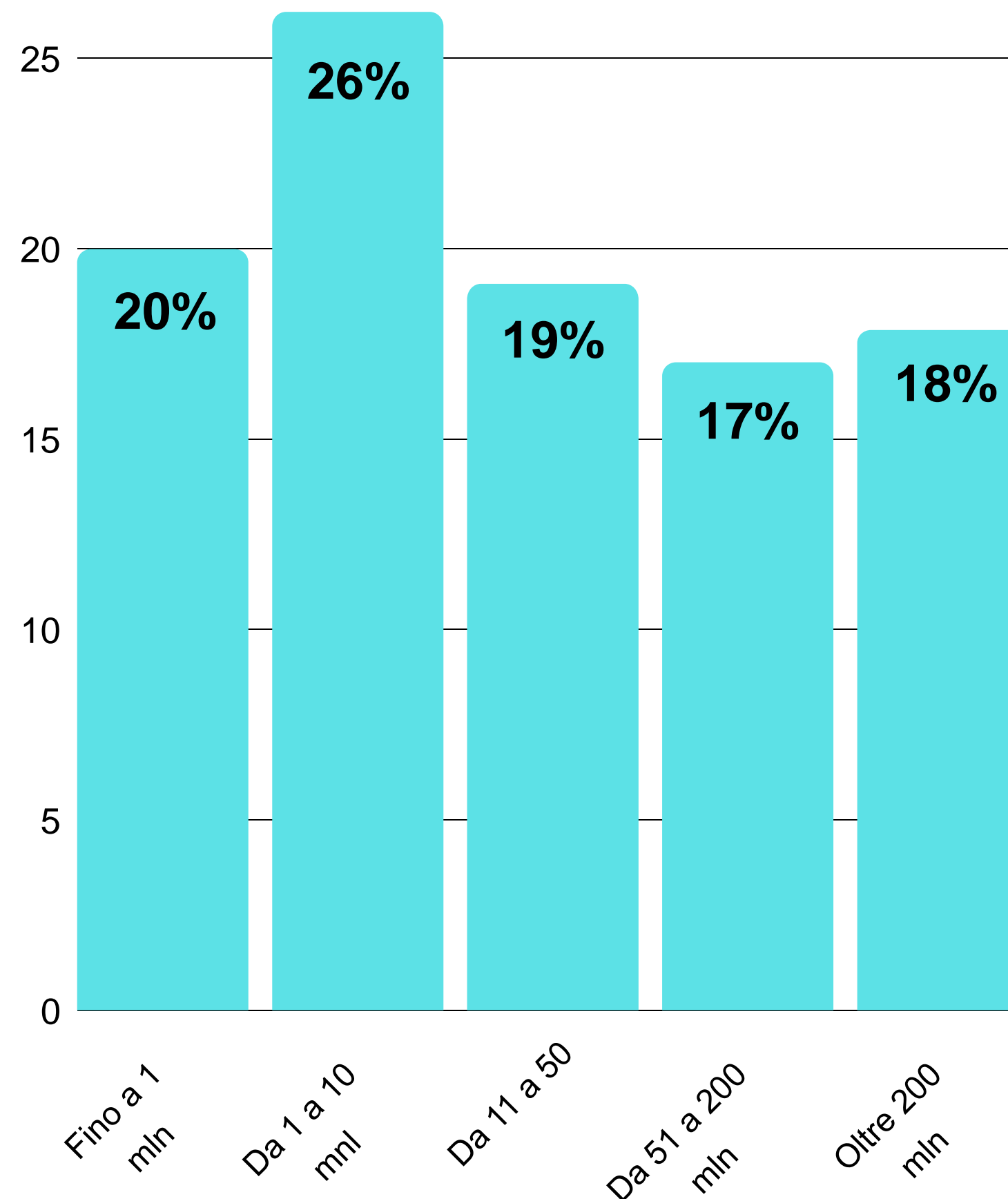
IL PANEL – 420 aziende rispondenti

Dimensioni dell'azienda

Il 35% del panel di aziende che ha partecipato finora all'Osservatorio è rappresentato da **aziende di grandi dimensioni** con **fatturato > 50 milioni €** e con un **aumento del 3%** rispetto al 2019

Il **19%** sono **aziende medie**

Il **46%** del panel è composto da **piccole aziende** con fatturato < 10 milioni €



IL PANEL – 420 aziende rispondenti

Settore merceologico

I rispondenti sono distribuiti tra tutti i settori merceologici.

I principali:

ICT/Telecomunicazioni (23%)

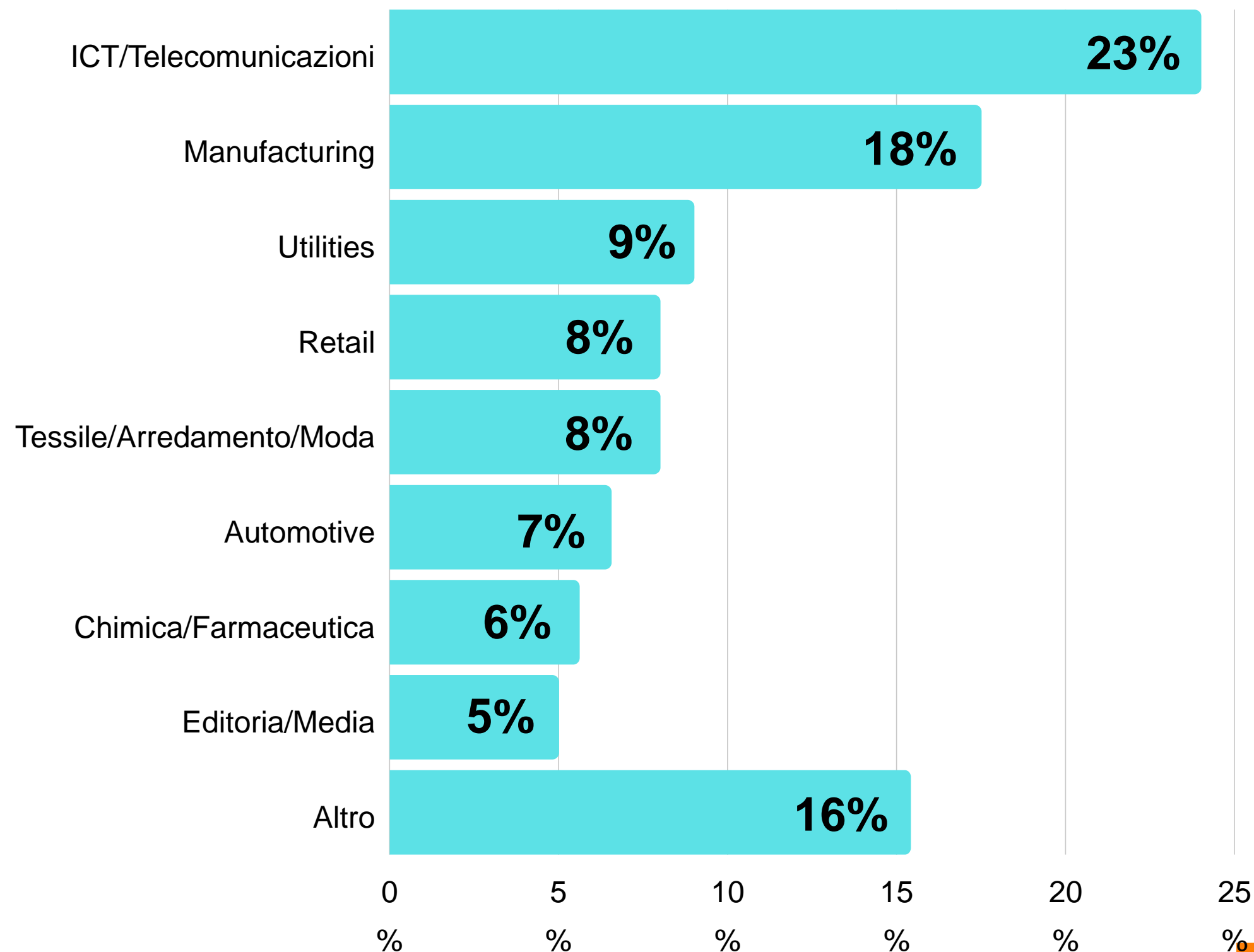
Manifatturiero (18%)

Utilities (9%)

Retail (8%)

Tessile/Arredamento/Moda (8%)

Automotive (7%)



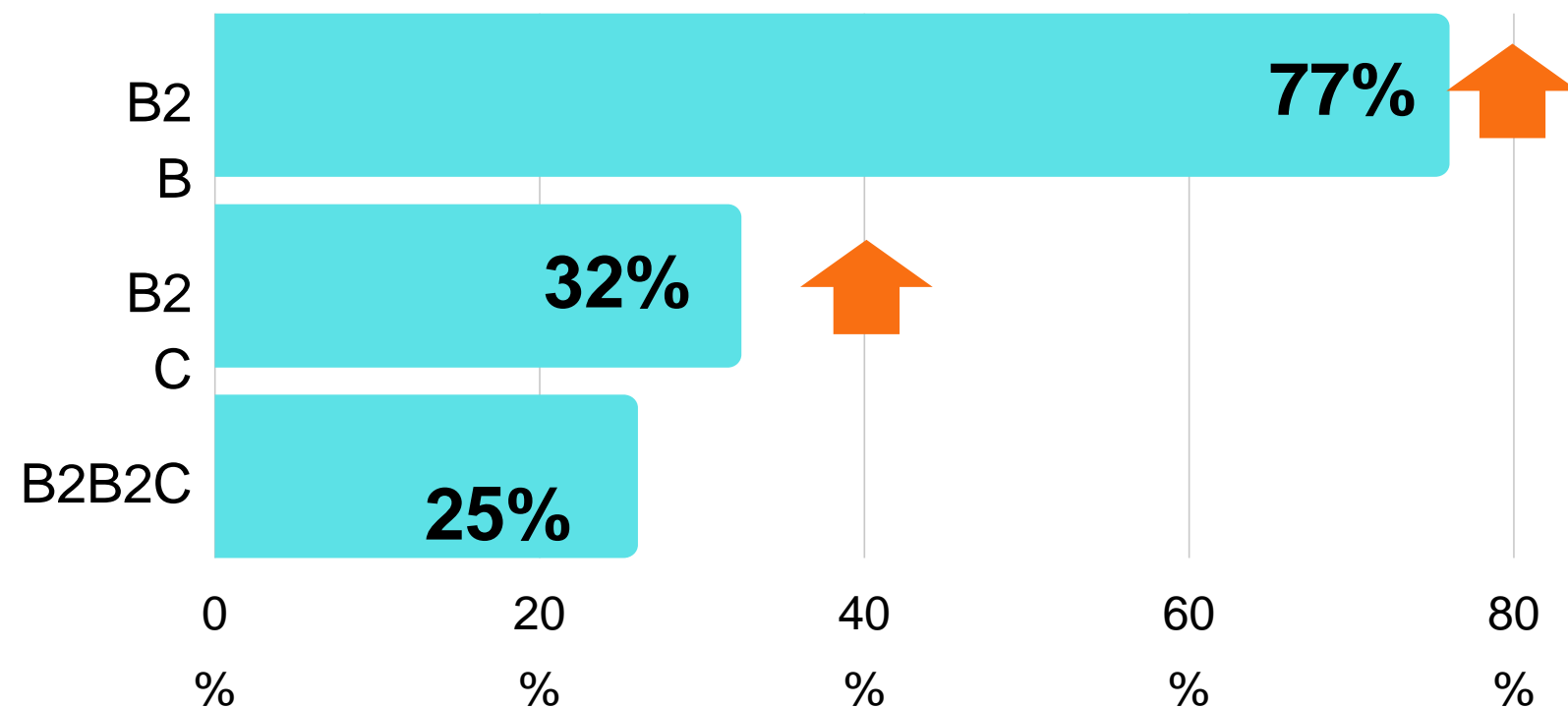
IL PANEL – 420 aziende rispondenti

Mercato e distribuzione geografica

77% B2B

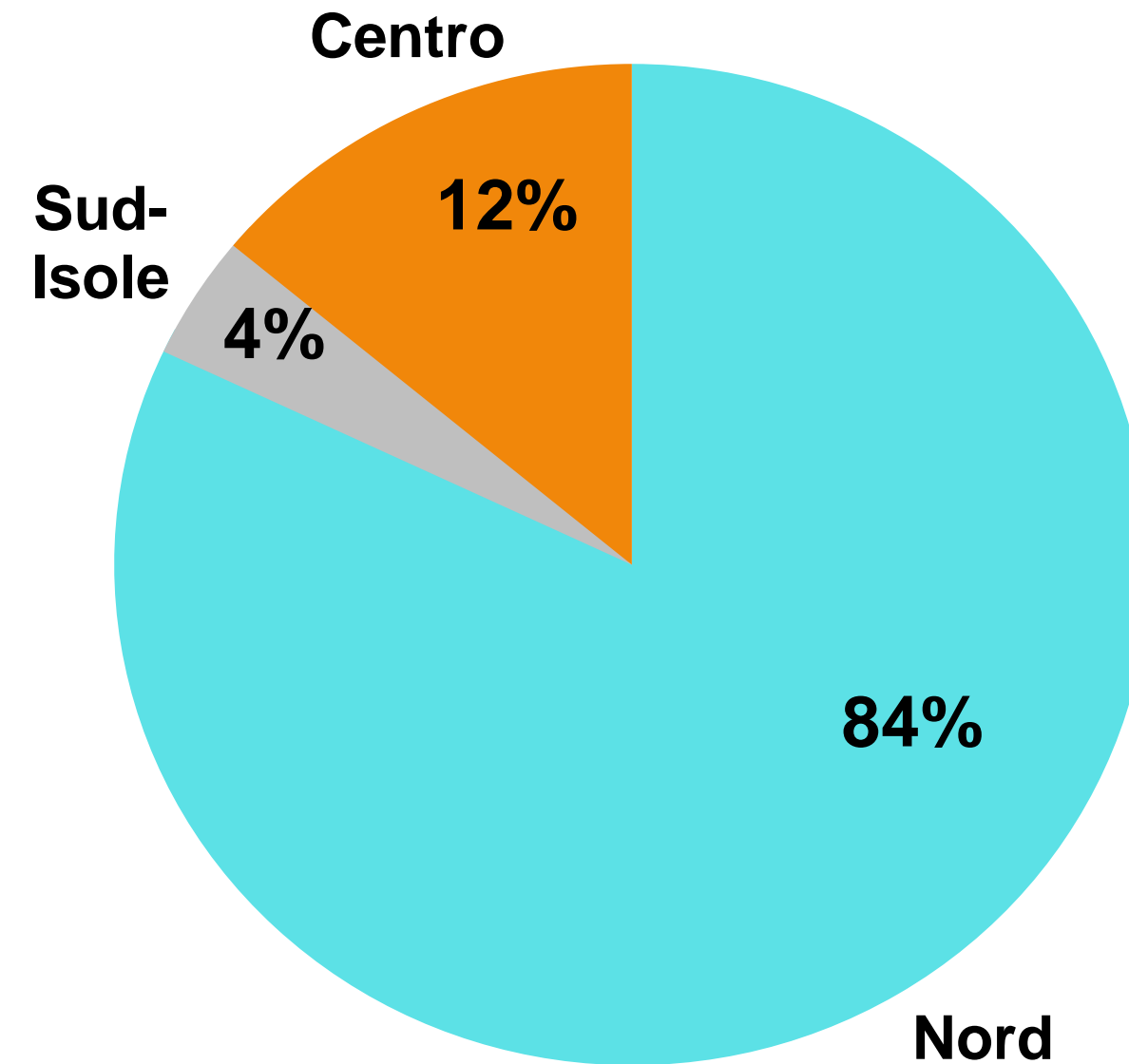
Il **77%** opera in un mercato **Business to Business** (+13%)

Il **32%** nel **Business to Consumer** (+16%): Il **25%** nel B2B2C



84% Nord Italia

Stabile rispetto al 2019




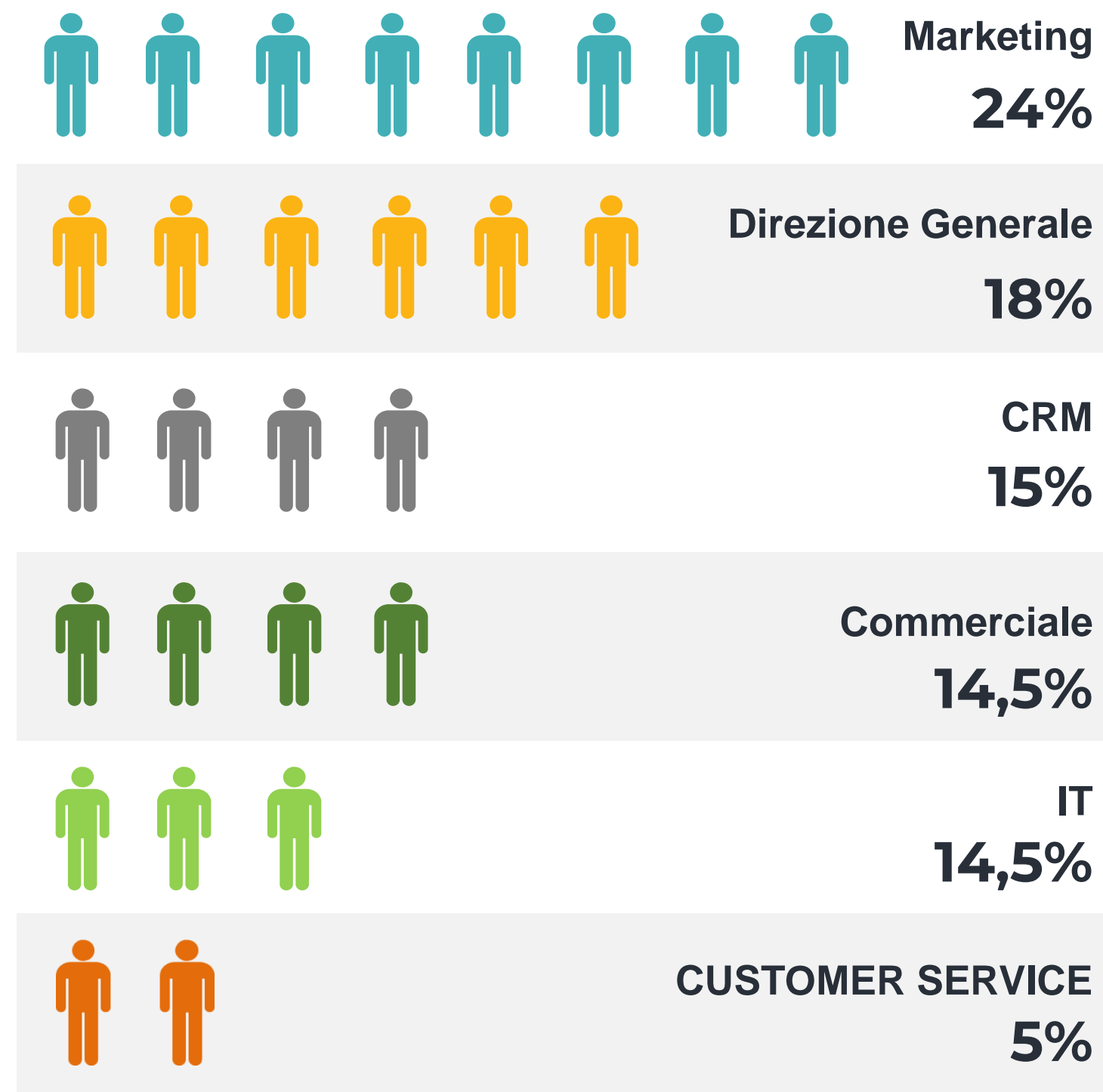
IL PANEL – 420 aziende rispondenti

Ruolo dei rispondenti

I responsabili **Marketing** sono il cluster principale anche quest'anno, seguiti dalla **Direzione Generale che supera i responsabili CRM.**

Aumenta anche la partecipazione dei **Responsabili Commerciali (+3,5%)** e degli **IT Manager (+6,5%)**.

 Il maggior **interesse del Top Management** può essere letto alla luce delle conseguenze dello *scenario Covid*: la ricerca di **maggior efficienza e digitalizzazione dei processi**.



OSSERVATORIO CRM 2020

I risultati in sintesi

420 aziende rispondenti
il numero più elevato dal 2015



82% di aziende con il CRM o in fase di implementazione:
una tecnologia consolidata



CRM e eCommerce sono sempre più convergenti
e integrati per il 33% dei rispondenti



Importante crescita di Salesforce, software leader di mercato in Italia e nel mondo



Le sfide del CRM: competenze, cultura, analytics, integrazione tra sistemi, strategia e processi



Una **maggiore maturità** del CRM in termini **strategici e di posizionamento** in azienda



OSSERVATORIO CRM 2020
IN SINTESI

| **La diffusione del CRM** e il suo posizionamento nelle aziende italiane

IL CRM

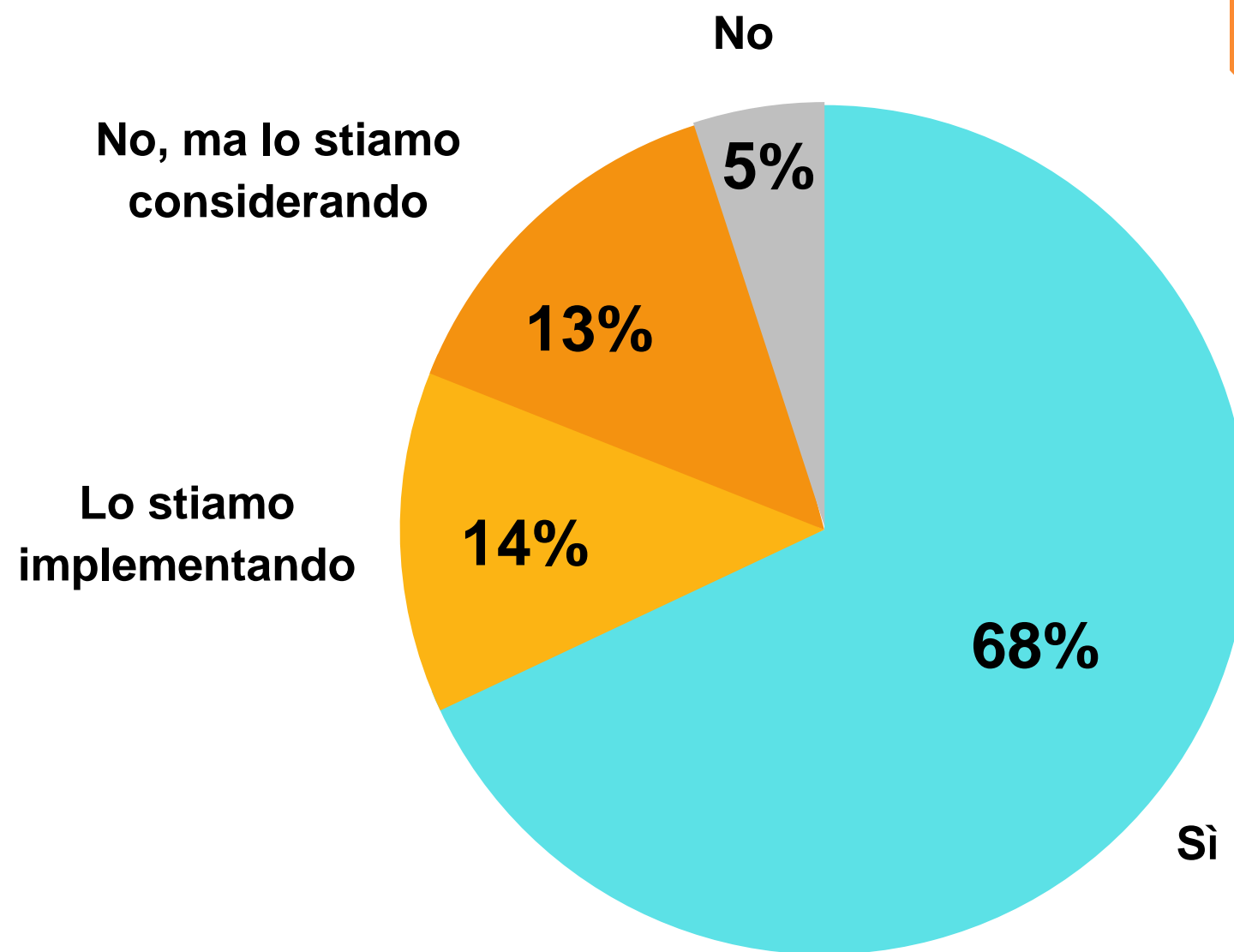
Diffusione / Avete un Sistema CRM?

68% HA UN CRM

Il 68% delle aziende ha un sistema CRM (+6% rispetto al 2019)

Il 14% lo sta implementando

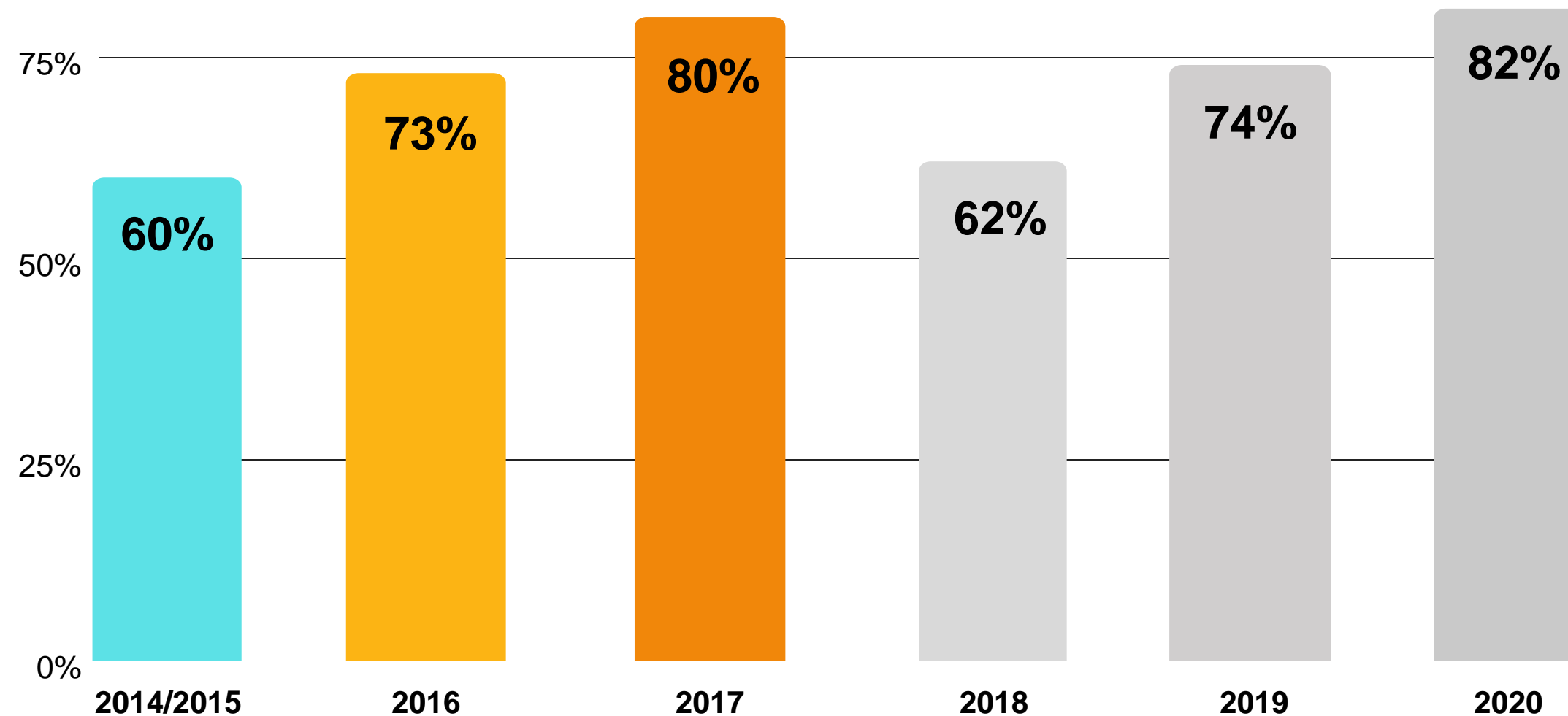
Diminuisce la percentuale di **coloro che lo stanno considerando**: 13% (-3%) e di coloro che **non hanno un CRM**: 5% (-4%)



IL CRM

Diffusione / Avete un Sistema CRM?

Dal 2015 le aziende che hanno risposto di **avere o un software CRM o di essere in fase di implementazione** sono sempre state in crescita, ad eccezione di una **diminuzione nel 2018*** seguita da una **ripresa consistente dal 2019**. Possiamo ormai considerare il CRM come una **tecnologia matura**.



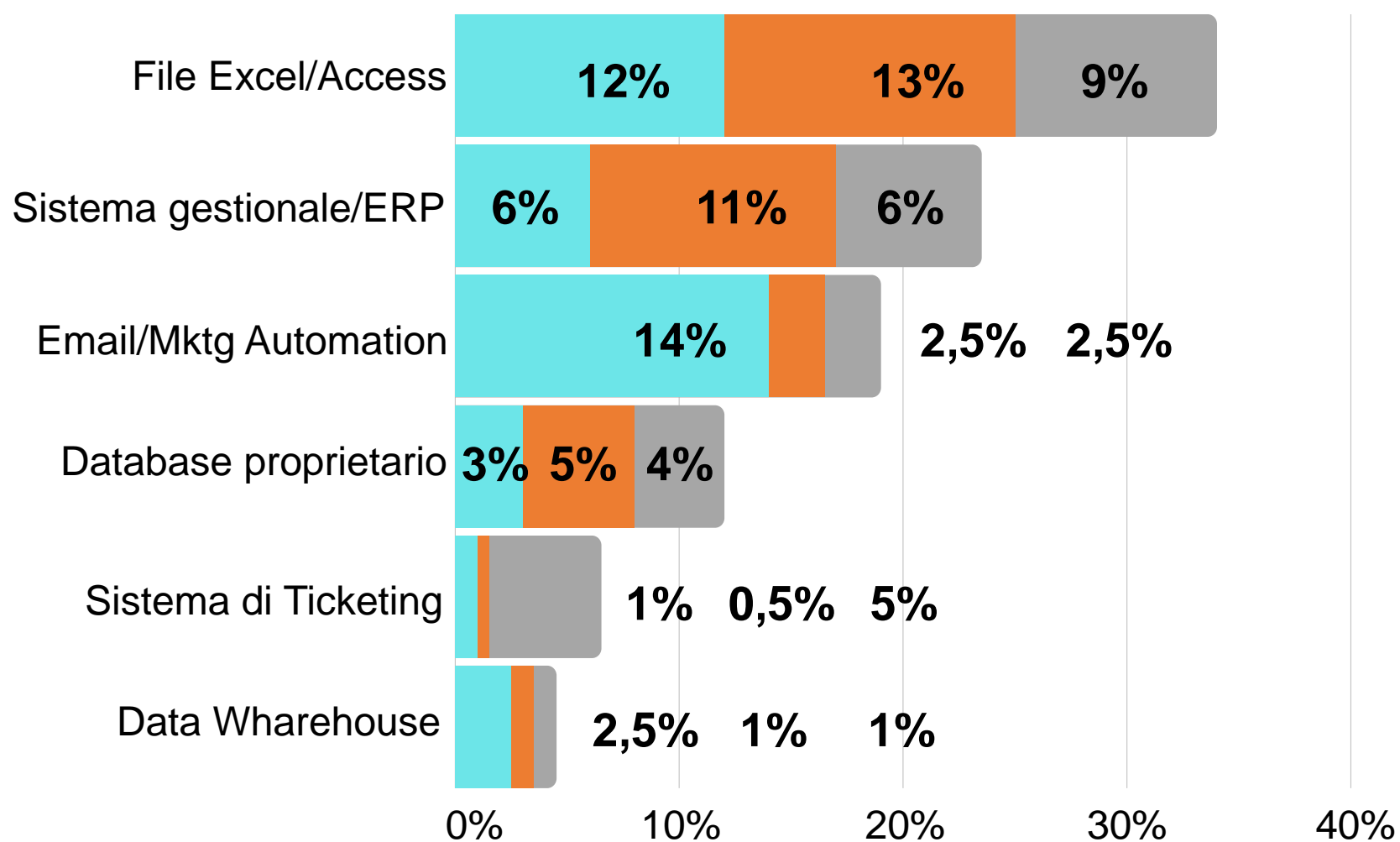
**dovuta al basso numero di rispondenti in fase di implementazione*

IL CRM

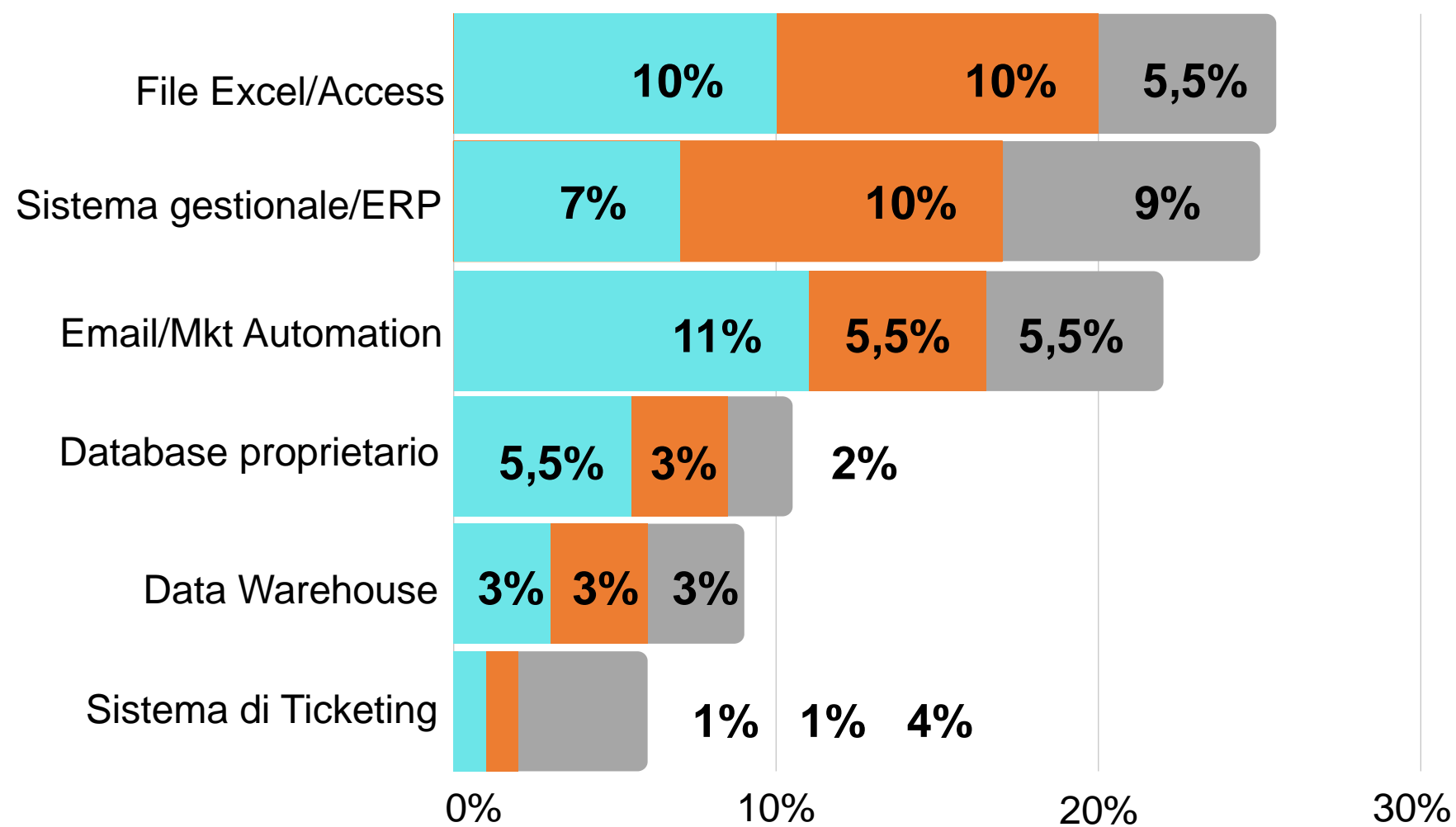
Aziende senza CRM / Come gestite i dati dei vostri clienti e i processi?

Marketing Vendite Customer Care/Post Vendita

PMI: aziende con fatturato < 50 mil €



Aziende con fatturato > 50 mil €



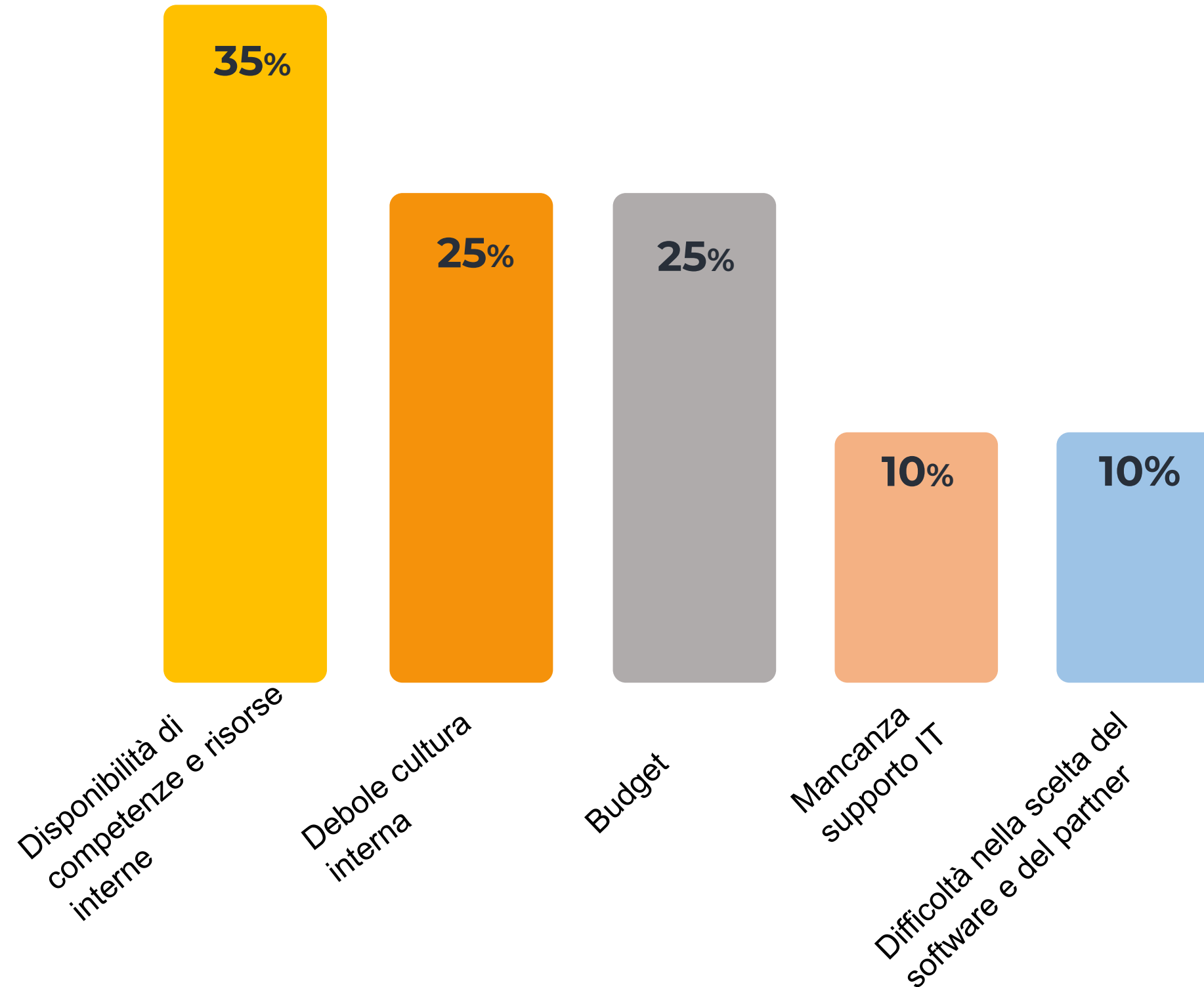
Nelle aziende di **piccole/medie dimensione** la mancanza di un CRM per gestire contatti e processi della customer base è compensata dall'utilizzo di **file excel**

Nelle aziende di **grandi dimensioni** invece si utilizzano in modo complementare il sistema **gestionale, file excel, piattaforme marketing**

IL CRM

Aziende senza CRM / Perché non avete un sistema CRM??

Competenze
Cultura
Budget



IL CRM

Posizionamento in azienda

Qual è la maturità del business nell'utilizzare il CRM per efficientare i propri processi, conoscere meglio i propri clienti e gestirne il customer journey?



CRM BUSINESS MATURITY

CRM TECHNOLOGY MATURITY

IL CRM

Posizionamento in azienda / *All'interno della tua azienda è:*



Significativo aumento del livello di maturità del CRM come posizionamento in azienda.

Per il **65% di aziende** il CRM è un **processo consolidato o un'area prioritaria che stanno sviluppando**.

Diminuiscono tutte le voci indicanti un posizionamento ancora debole.

01

Un processo aziendale consolidato, operativo, con risorse dedicate (+3%)

02

Un'area prioritaria che stiamo sviluppando

03

Un'area aziendale non ancora consolidate (-3%)

04

Un Progetto (-5%)

05

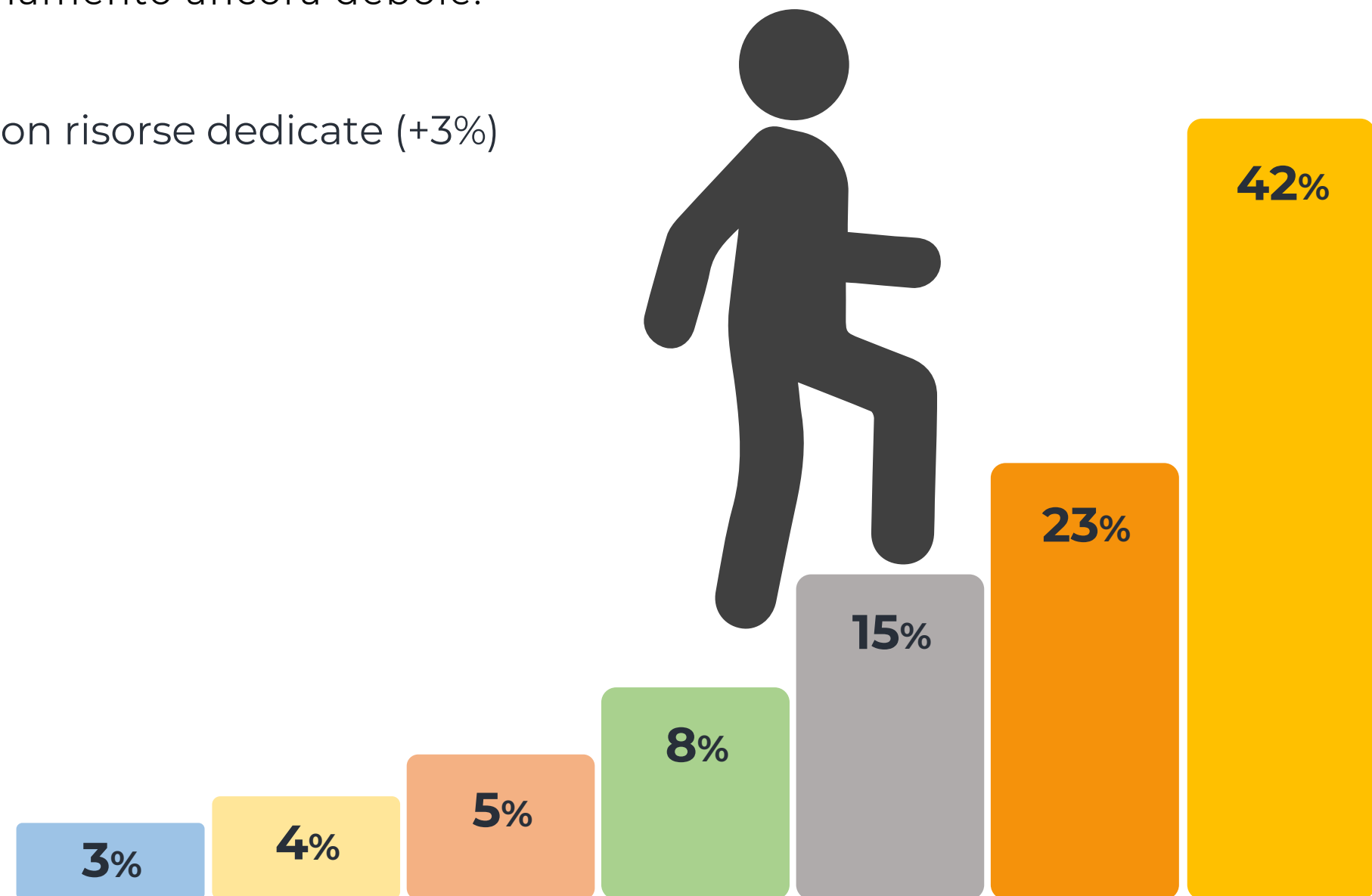
Un argomento che stiamo valutando (-5%)

06

Non è una priorità (-3%)

07

Solo una piattaforma tecnologica (-9%)



IL CRM

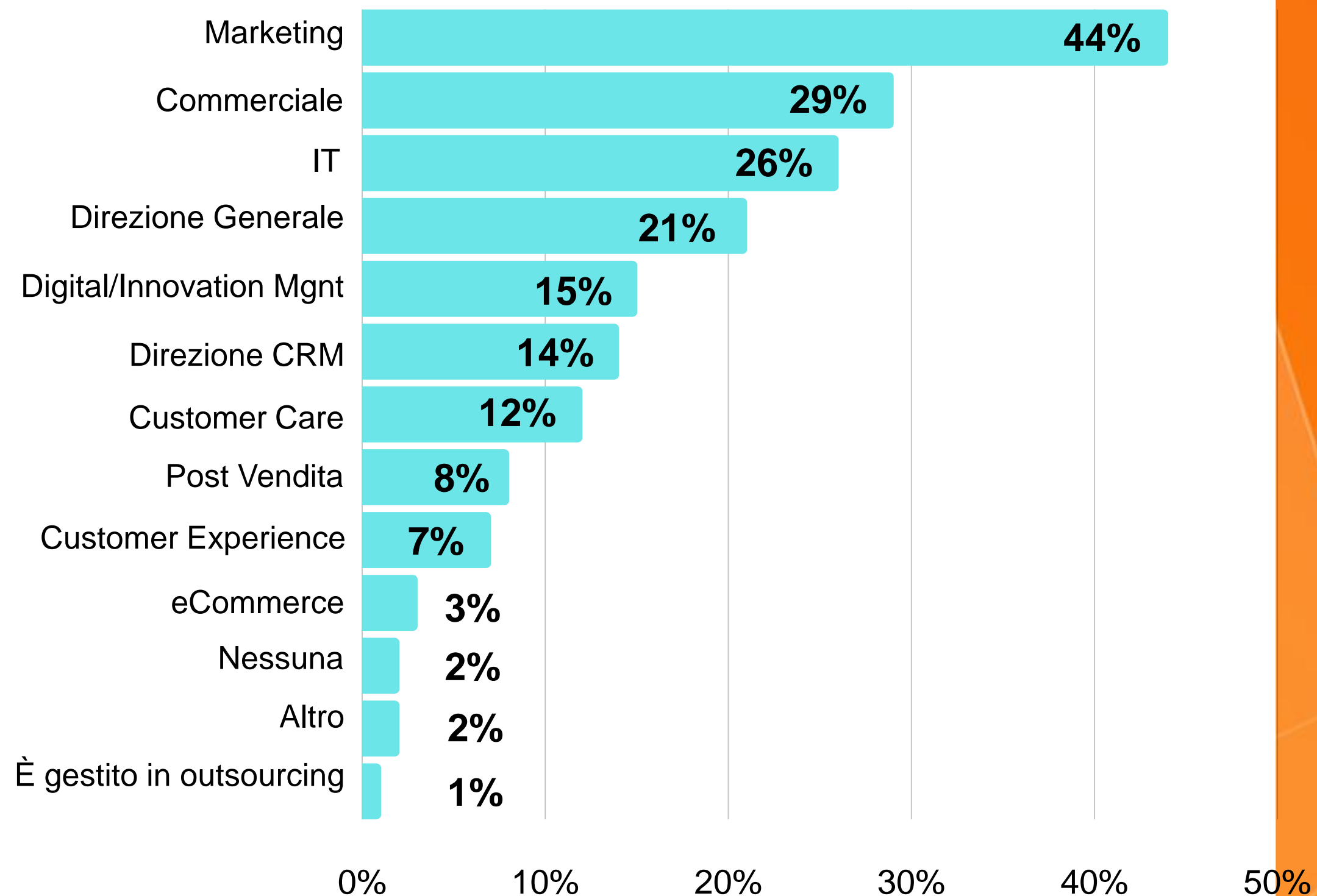
Posizionamento in azienda / Quale area è responsabile del CRM?

La responsabilità dell'area CRM è in prevalenza sotto la **Direzione Marketing (44%)**.

Diminuisce notevolmente rispetto al 2019 la responsabilità del CRM sotto la **Direzione Commerciale (-14%)**



È interessante l'aumento del **7%** della **Direzione Generale** che denota un **maggior commitment dei piani alti**.



IL CRM

Maturità organizzativa VS *Maturità tecnologica*

Fino al 2019
due diverse velocità



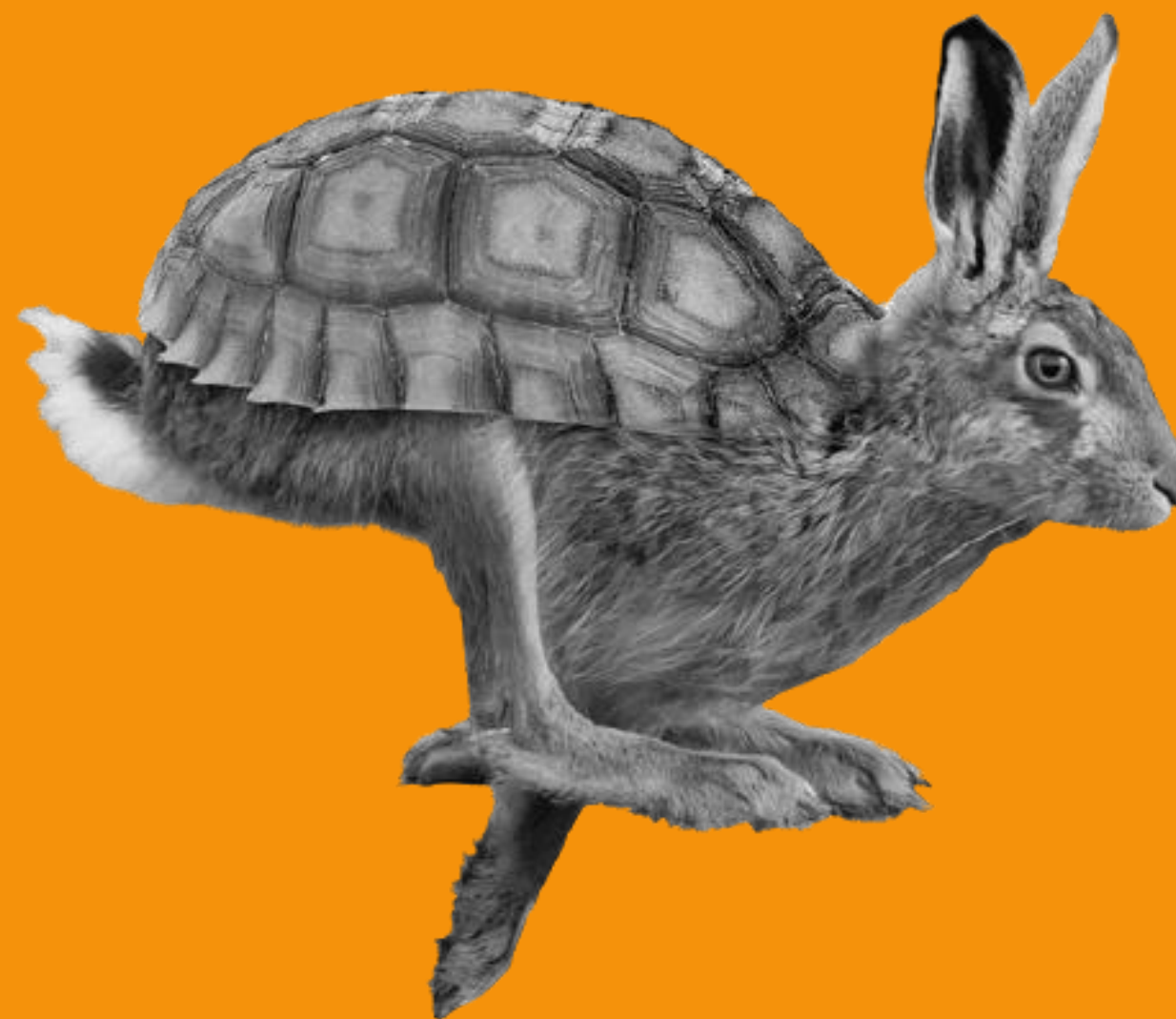
IL CRM

02

Maturità organizzativa VS *Maturità tecnologica*

Per la prima volta

la strategia aziendale sta recuperando il passo



| Software CRM

i più utilizzati e i principali trend



— **Mauro Zanon**

*Engineering Ingegneria
Informatica*

*Head of CRM & CX Consulting
Services*

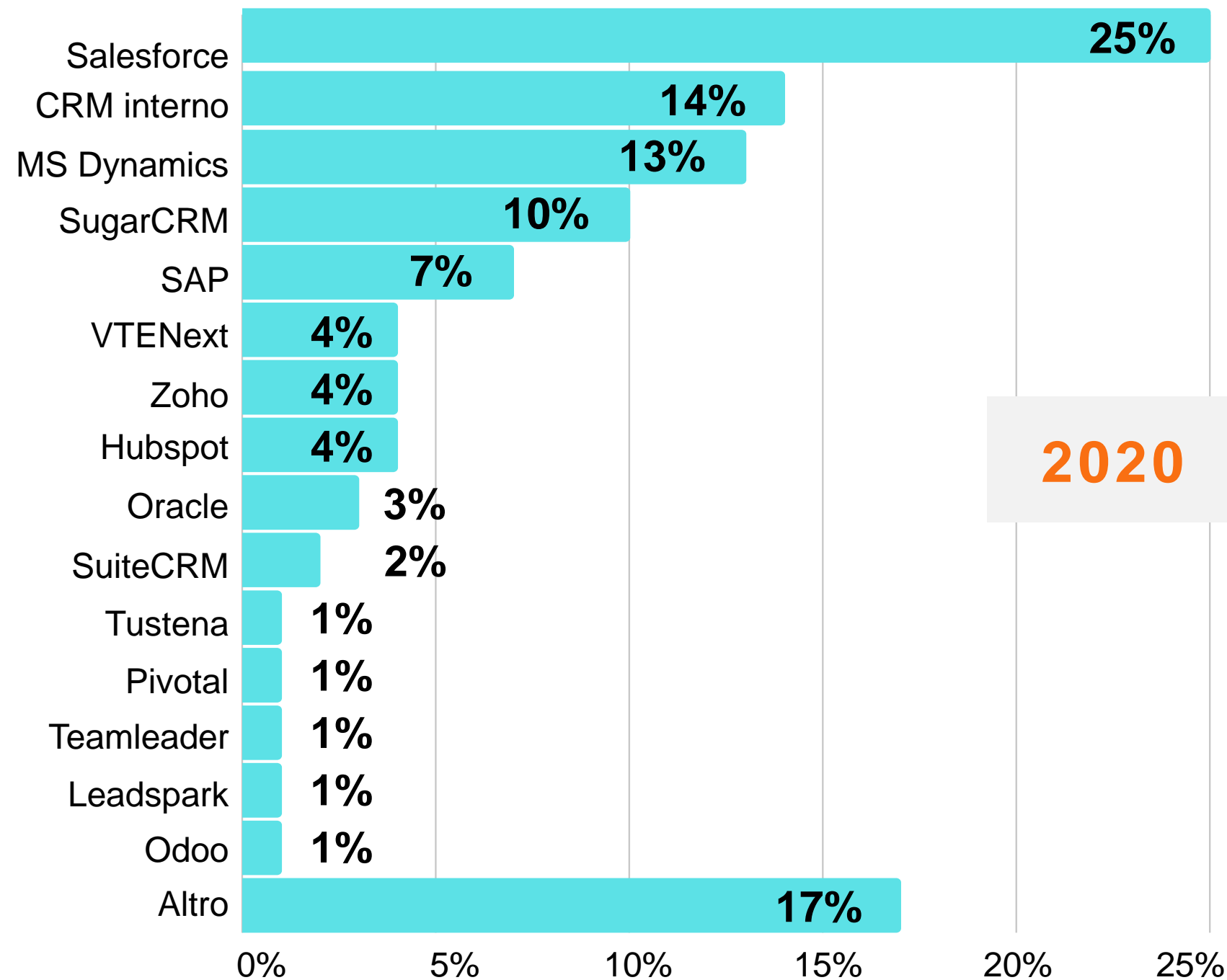
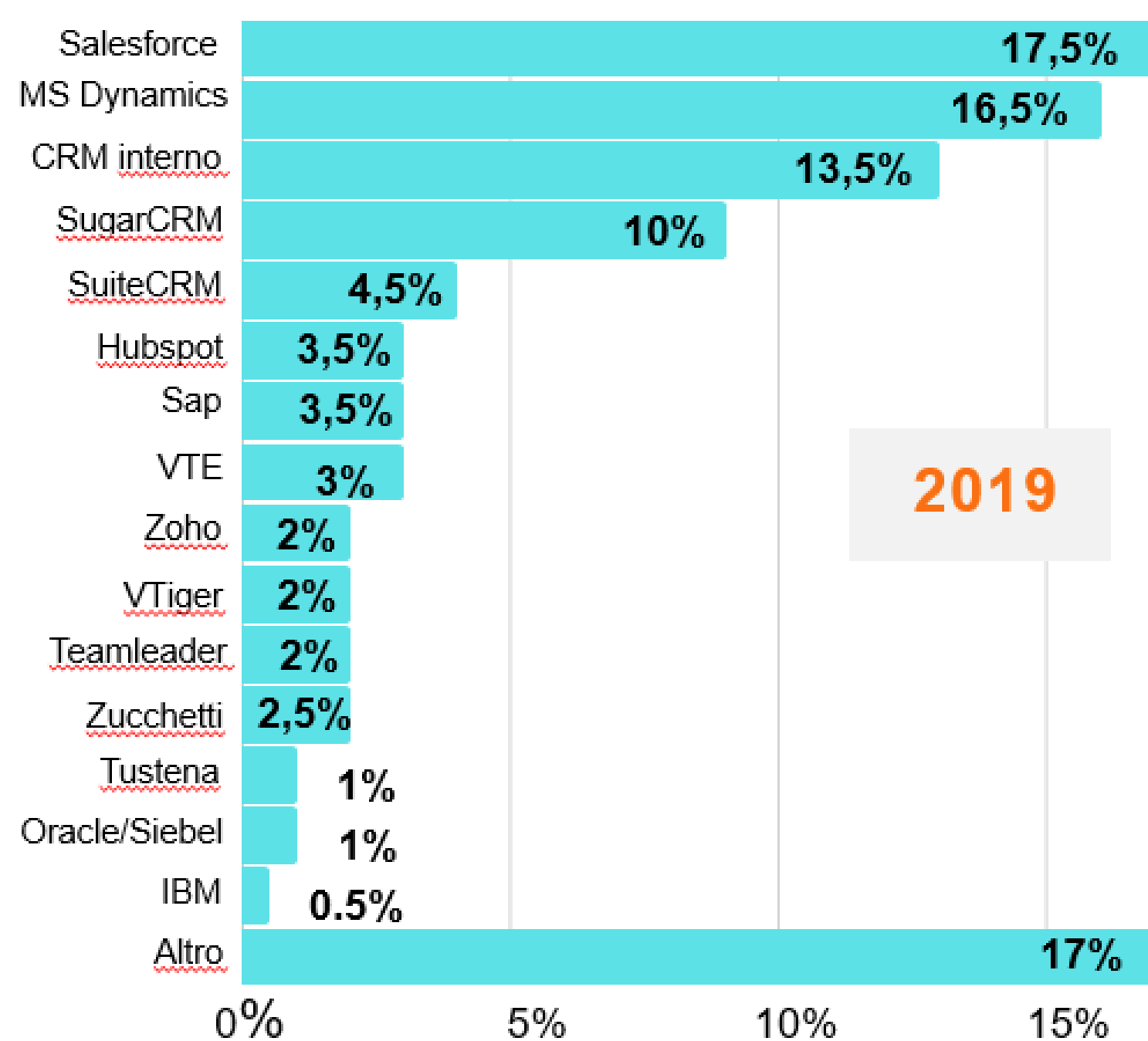
mauro.zanon@eng.it

Software CRM

Il Software / Quale avete scelto?



Tra le aziende partecipanti all'Osservatorio, **aumenta considerevolmente la penetrazione di SF del 7.5%**; in lieve flessione MS Dynamics (-3%); raddoppia SAP. Tra i software CRM per il mercato PMI, stabile Sugar, aumentano VTENext, ZOHO

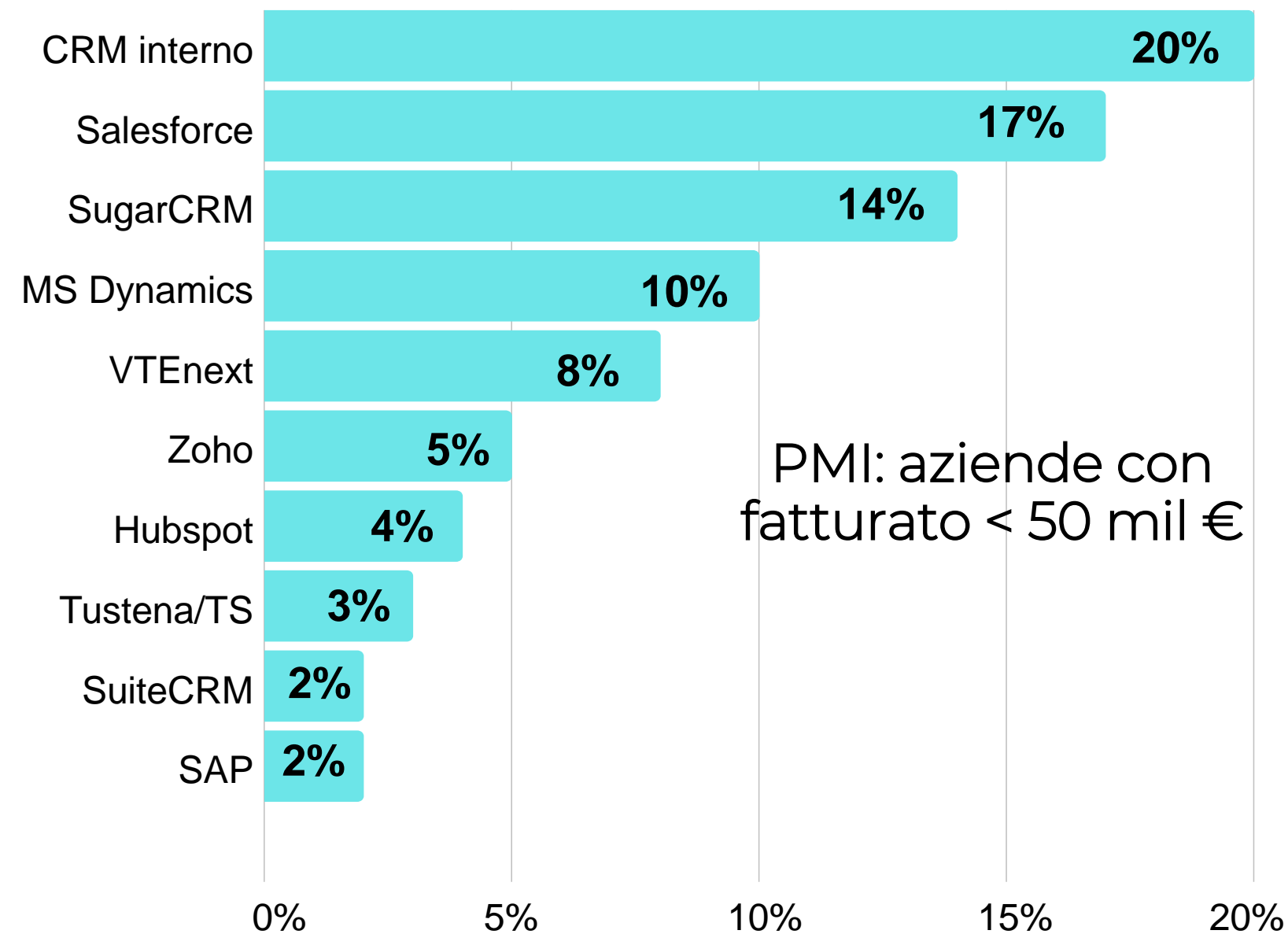
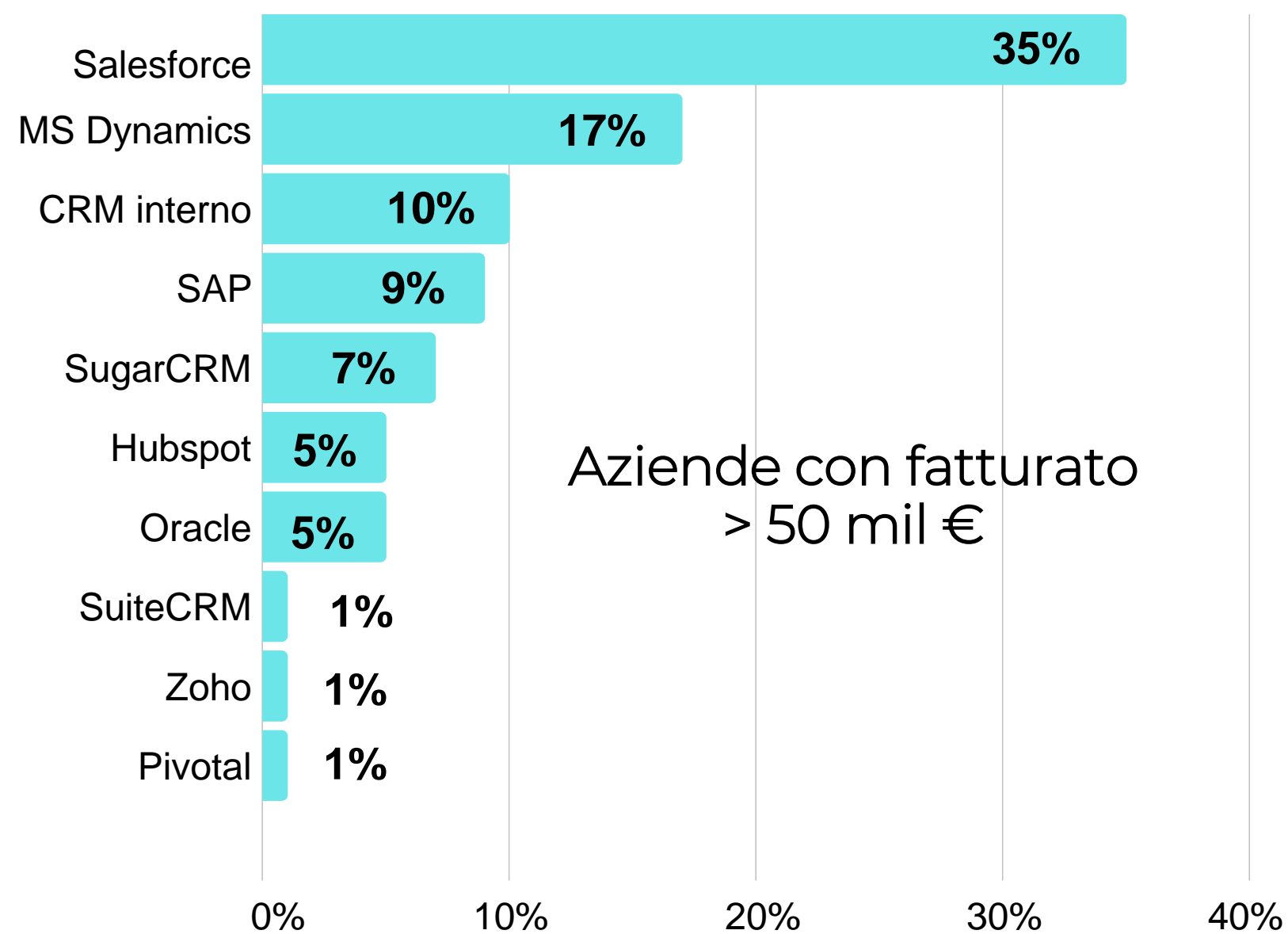


Software CRM

Il Software / Quale avete scelto?



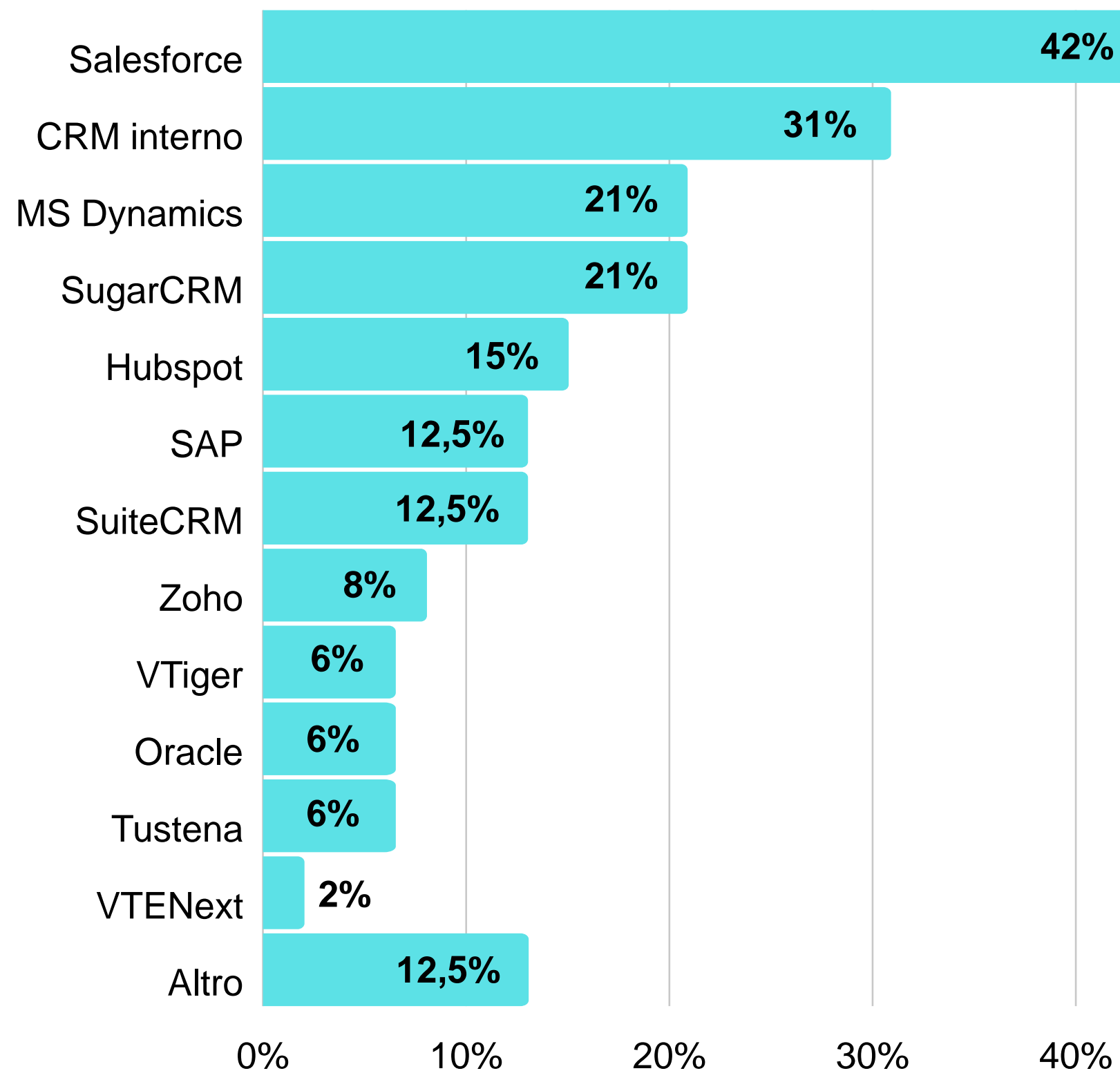
La penetrazione dei software cambia in base alla dimensione aziendale. **Salesforce aumenta del 10% per le Aziende di grandi dimensioni**; nelle **PMI** la prima scelta è un **CRM costruito internamente**, Salesforce diminuisce dell'8% mentre **aumenta la penetrazione dei software Opensource**



Software CRM

Trend / Quale state considerando?

Salesforce è leader indiscusso in termini di intention to buy: quasi la metà delle aziende che stanno valutando un software CRM lo considera. Seguono MS Dynamics e Sugar CRM (+10%) e Suite CRM (+1,5%). È sempre molto elevata e in crescita la percentuale delle aziende che stanno valutando di sviluppare internamente il proprio CRM.



ENGINEERING ENTERPRISE SOLUTIONS

Luisanna Vannucci, Enrico Damo – BU Customer Experience

OPENSYMBOL

Enrico Maggi, CEO

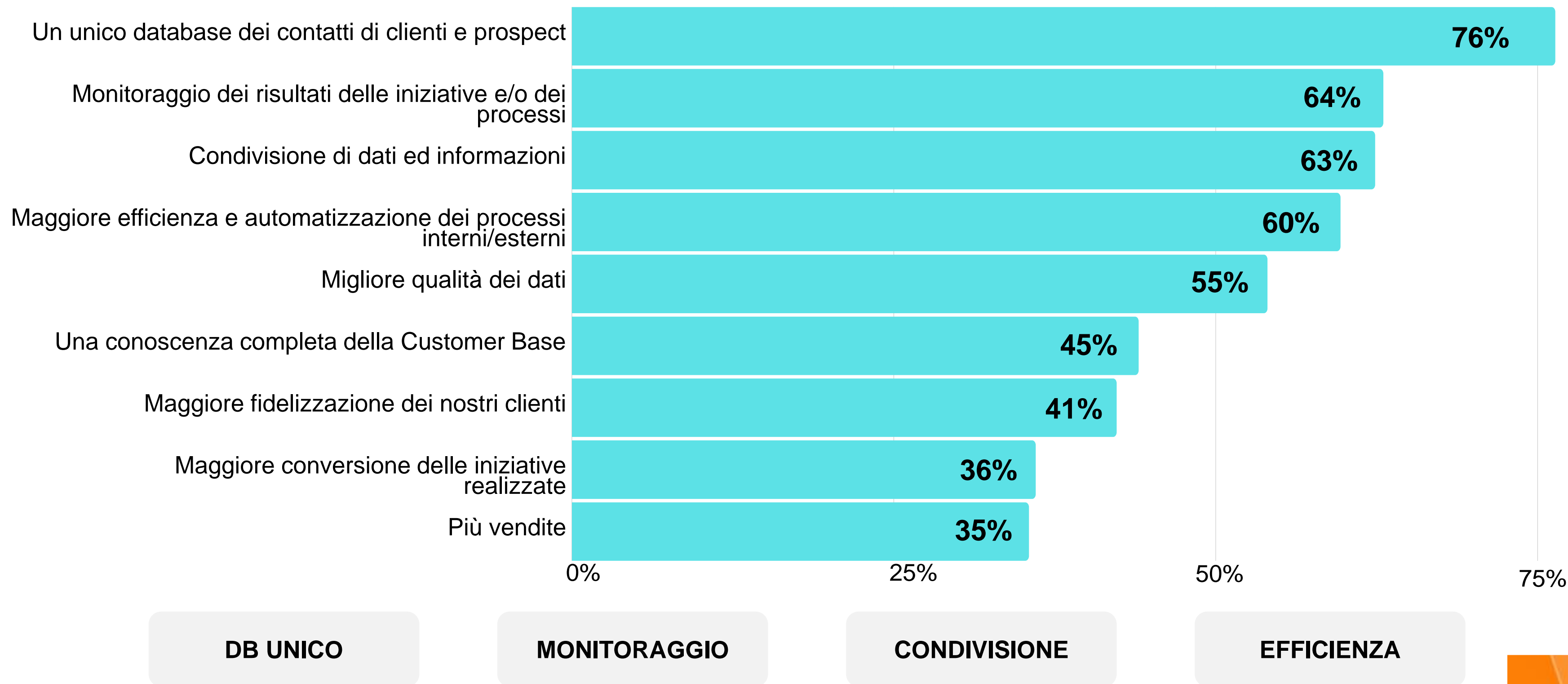
WEB RESULTS

Alessandro Plebani, Direttore Tecnico

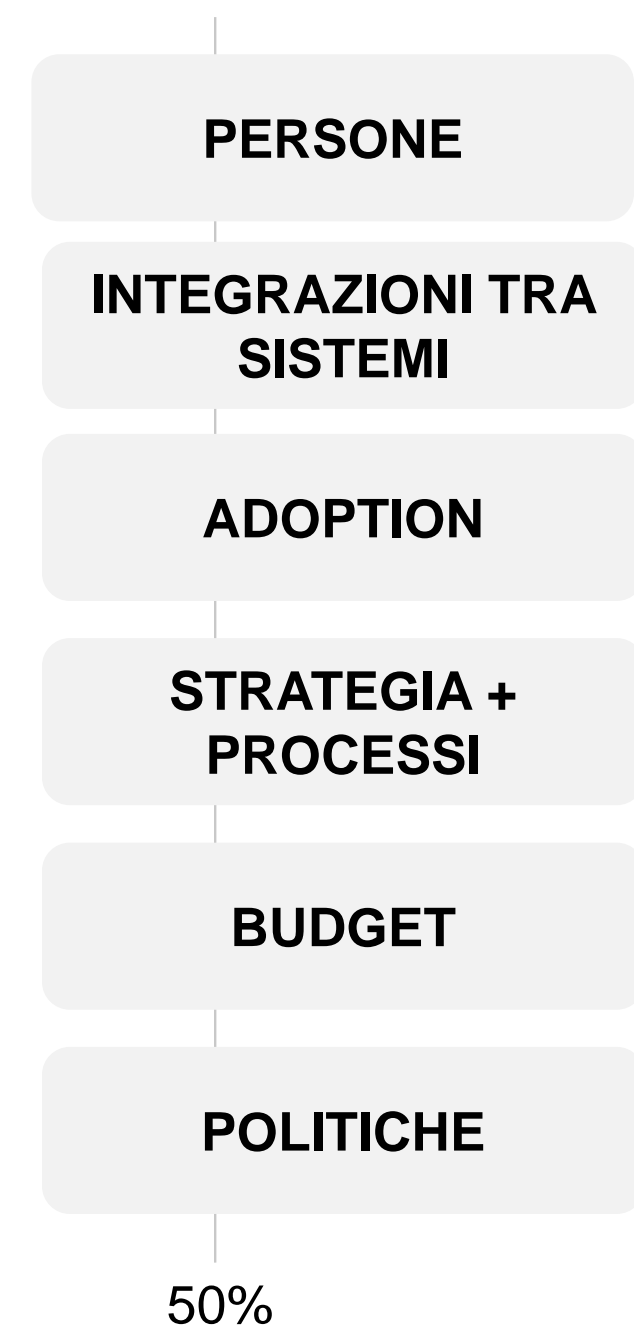
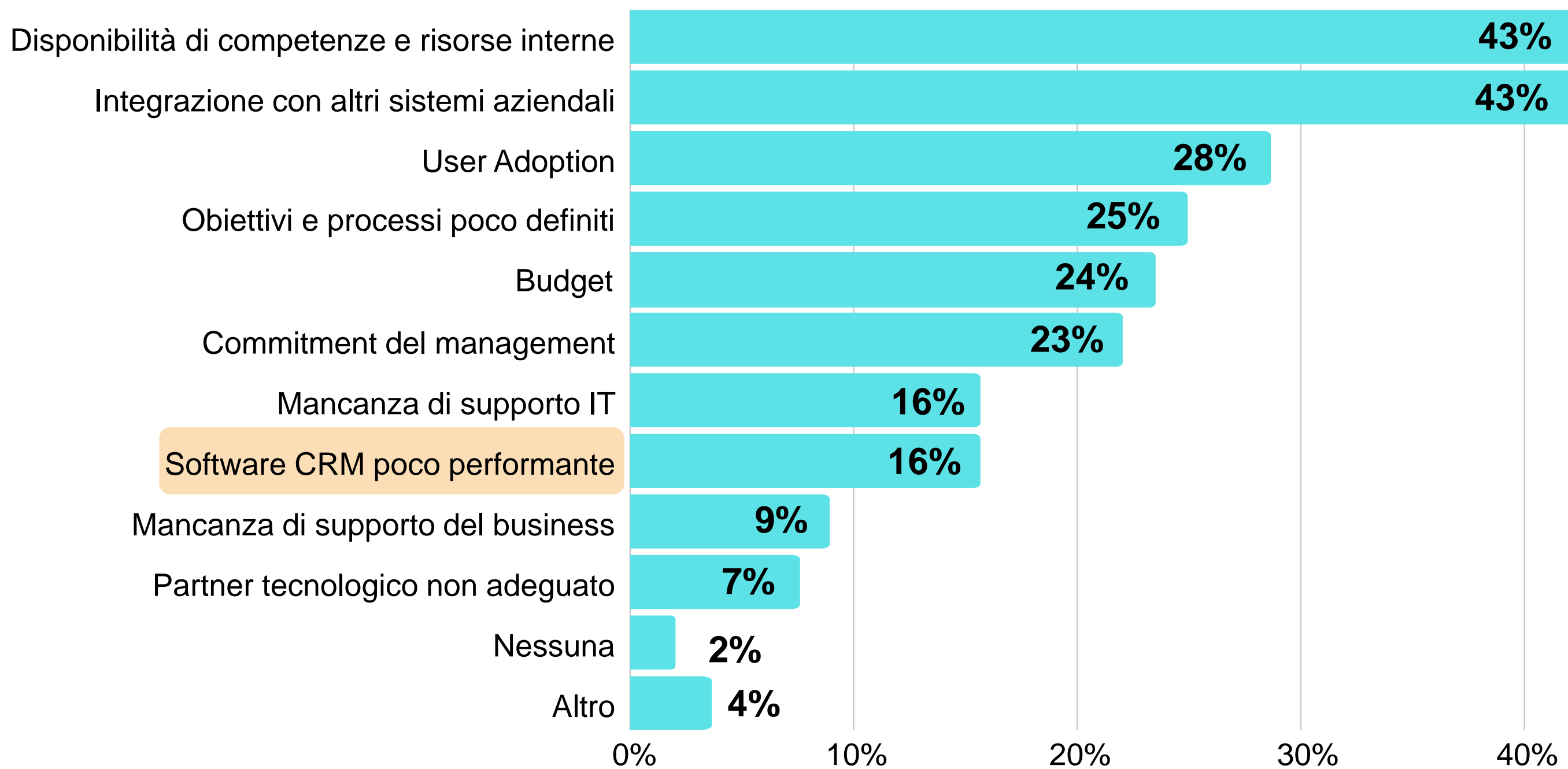
| **RISULTATI E DIFFICOLTÀ**

le leve per un CRM di successo

Risultati / Quali risultati avete ottenuto o vi aspettate di ottenere?



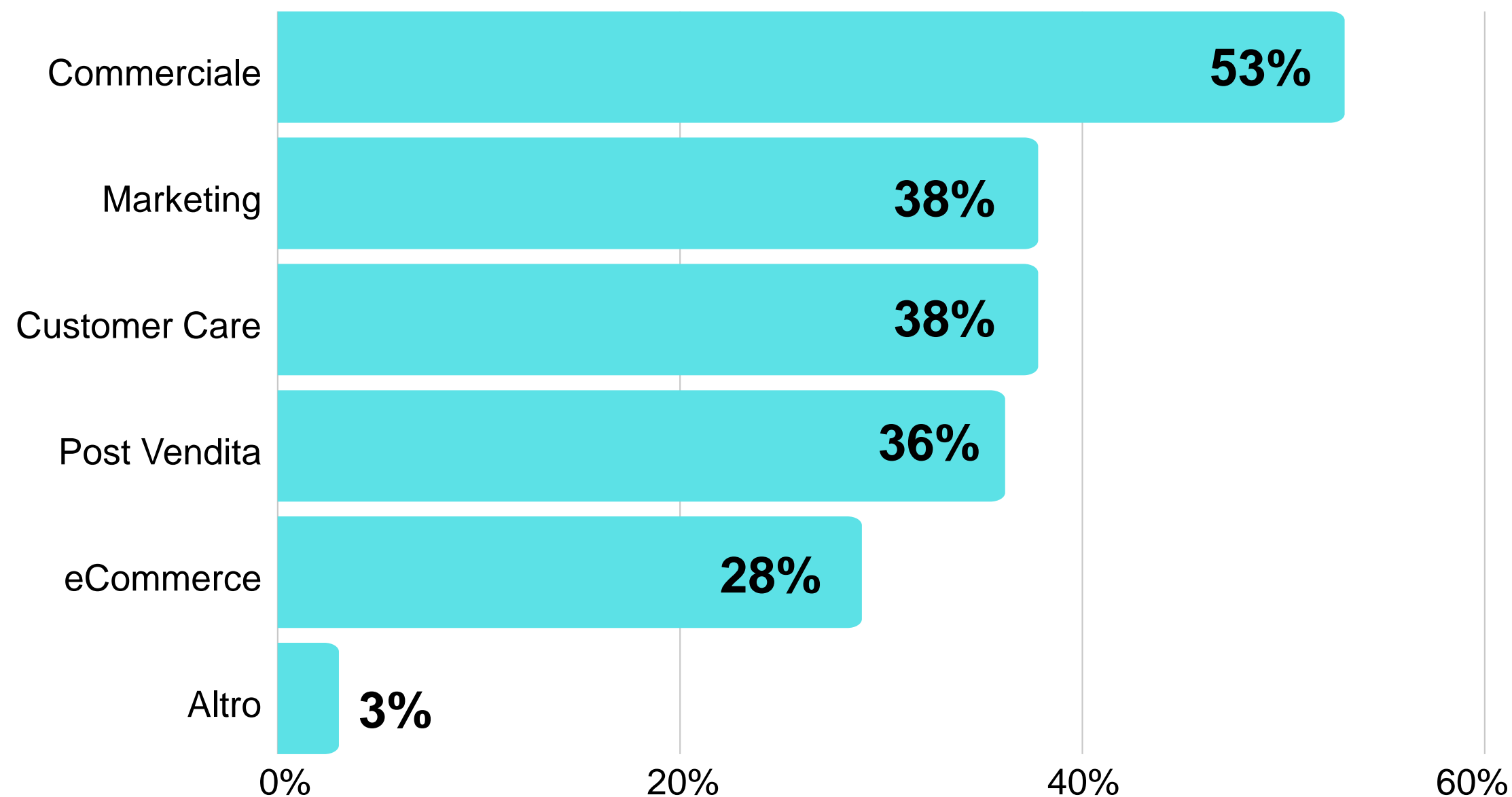
Le difficoltà/Quali sono le principali difficoltà che avete avuto o state riscontrando?



Processi aziendali più sfidanti

I **processi Sales** sono ritenuti i **più sfidanti** dalla maggior parte dei rispondenti.

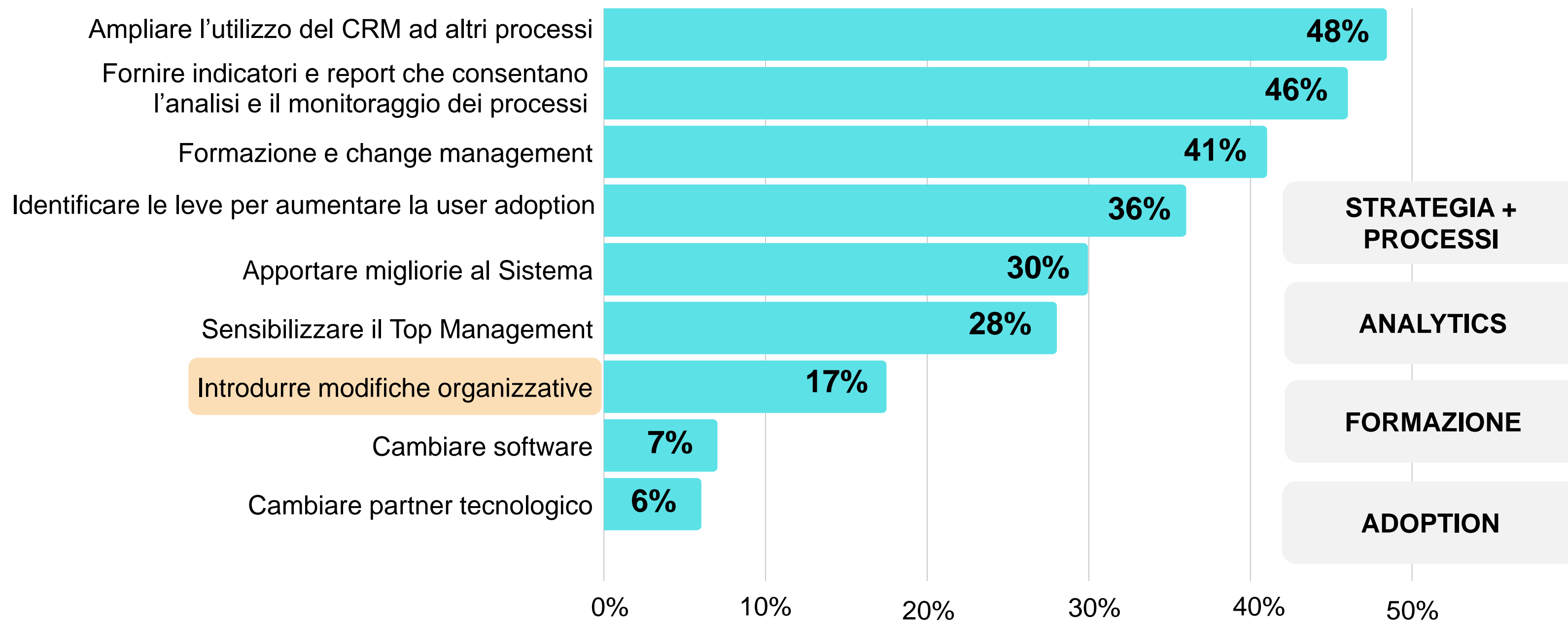
Il tema della **user adoption** e del **change management** è critico per quest'area



CRM

Key Success Factors

Quali misure avete intenzione di adottare per migliorare l'efficacia del vostro CRM?



CRM

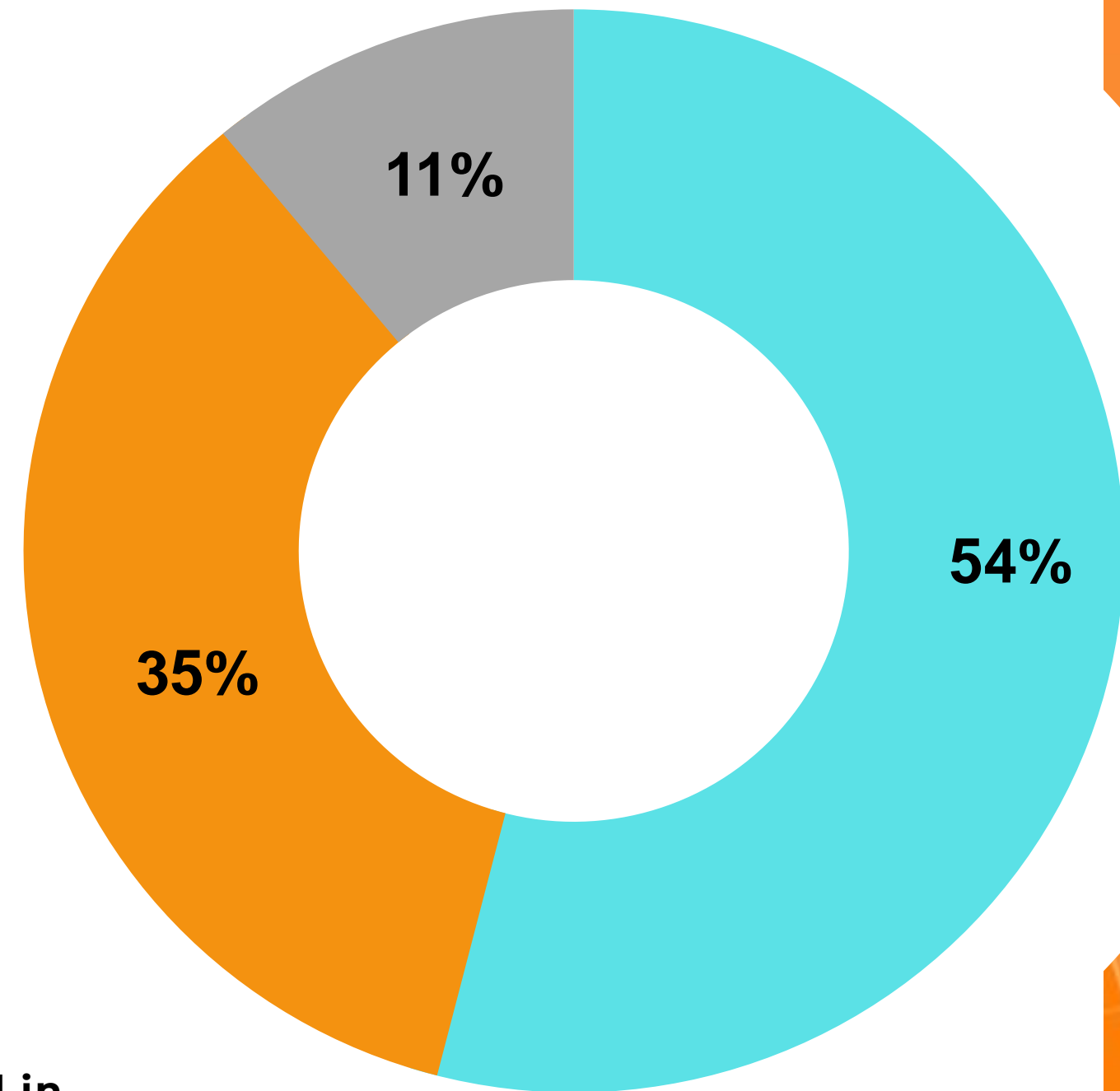
Cultura del dato

Conoscete la vostra Customer Base e ne analizzate i dati in vostro possesso?

- SI** Sì, analizziamo regolarmente i dati e li utilizziamo per prendere decisioni
- NI** Abbiamo una conoscenza parziale della Customer Base e degli indicatori di processo
- NO** No, abbiamo poche informazioni e non le analizziamo

Per il 1° anno, **coloro che dichiarano di analizzare regolarmente i dati e utilizzarli per prendere decisioni** sono il 54% del campione **(+12% rispetto al 2019)**. Questo dato è coerente con il maggior livello di maturità nel posizionamento del CRM all'interno dell'azienda che sta emergendo nel 2020

Gli analytics sono consultati in prevalenza tramite **report e dashboard in CRM** (50%), tramite la **BI** (27%) e **file excel** (17%)



| DUCATI

Stefania Indirli – Head of CRM & Customer Experience

| MITSUBISHI ELECTRIC

Glauco Airoidi, Business Analysis & Process Improvement Manager

| CRM e eCommerce

Convergenze ed evoluzione

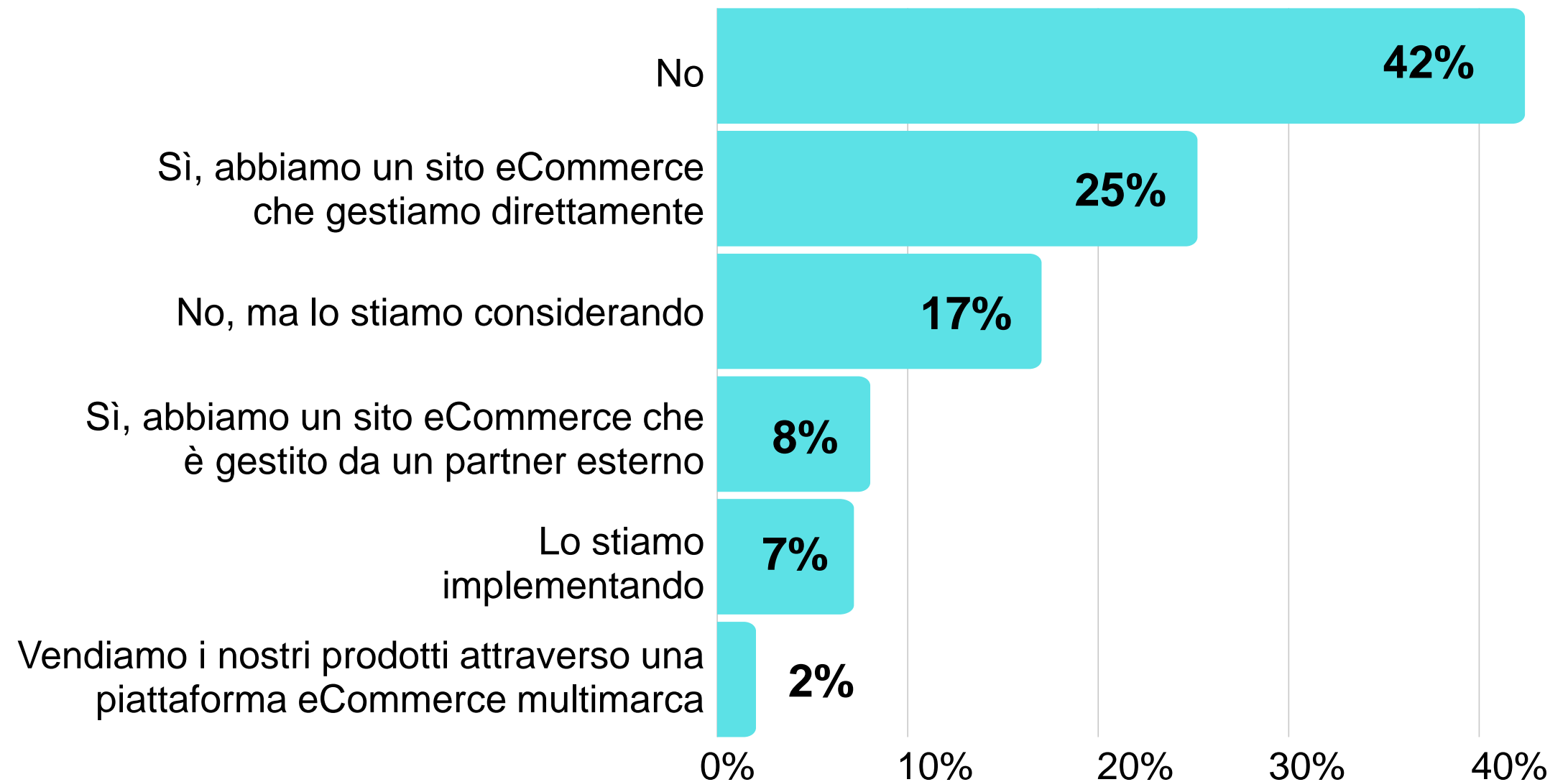
CRM e eCommerce

Penetrazione / *Utilizzate l'eCommerce come canale di vendita e vetrina per la vostra clientela?*

Il 42% delle aziende rispondenti utilizza l'eCommerce come canale di vendita o lo sta implementando;

il 17% lo sta considerando.

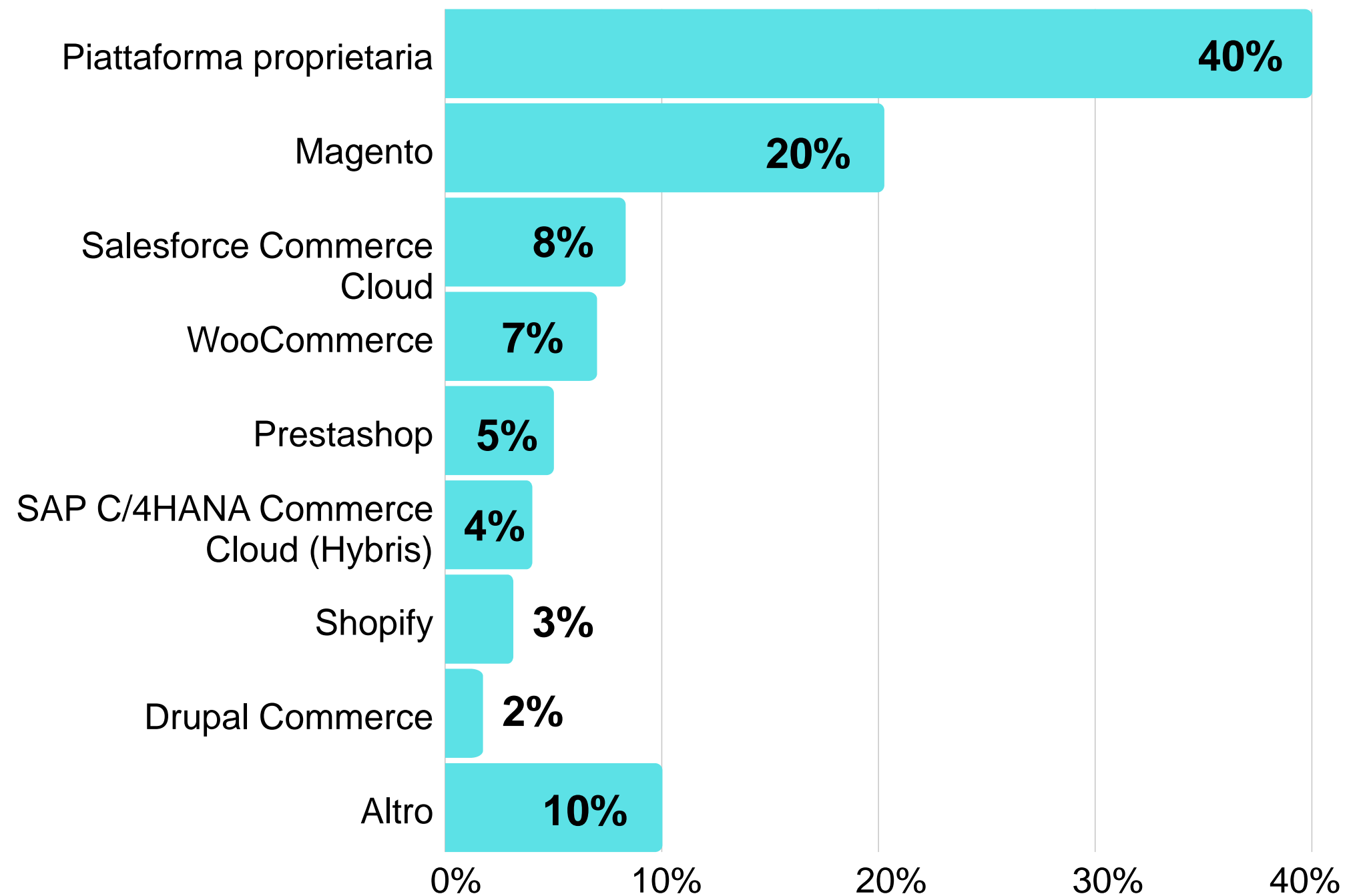
Data l'elevata presenza di aziende **B2B** nel panel di rispondenti è un **dato molto elevato**



CRM e eCommerce

Piattaforme / Quali utilizzate?

Pur essendo rilevante la percentuale di aziende che affronta un **progetto di eCommerce con sviluppi proprietari** (40%), si manifesta la tendenza di adozione delle principali piattaforme di mercato in funzione delle dimensioni aziendali.



CRM e eCommerce

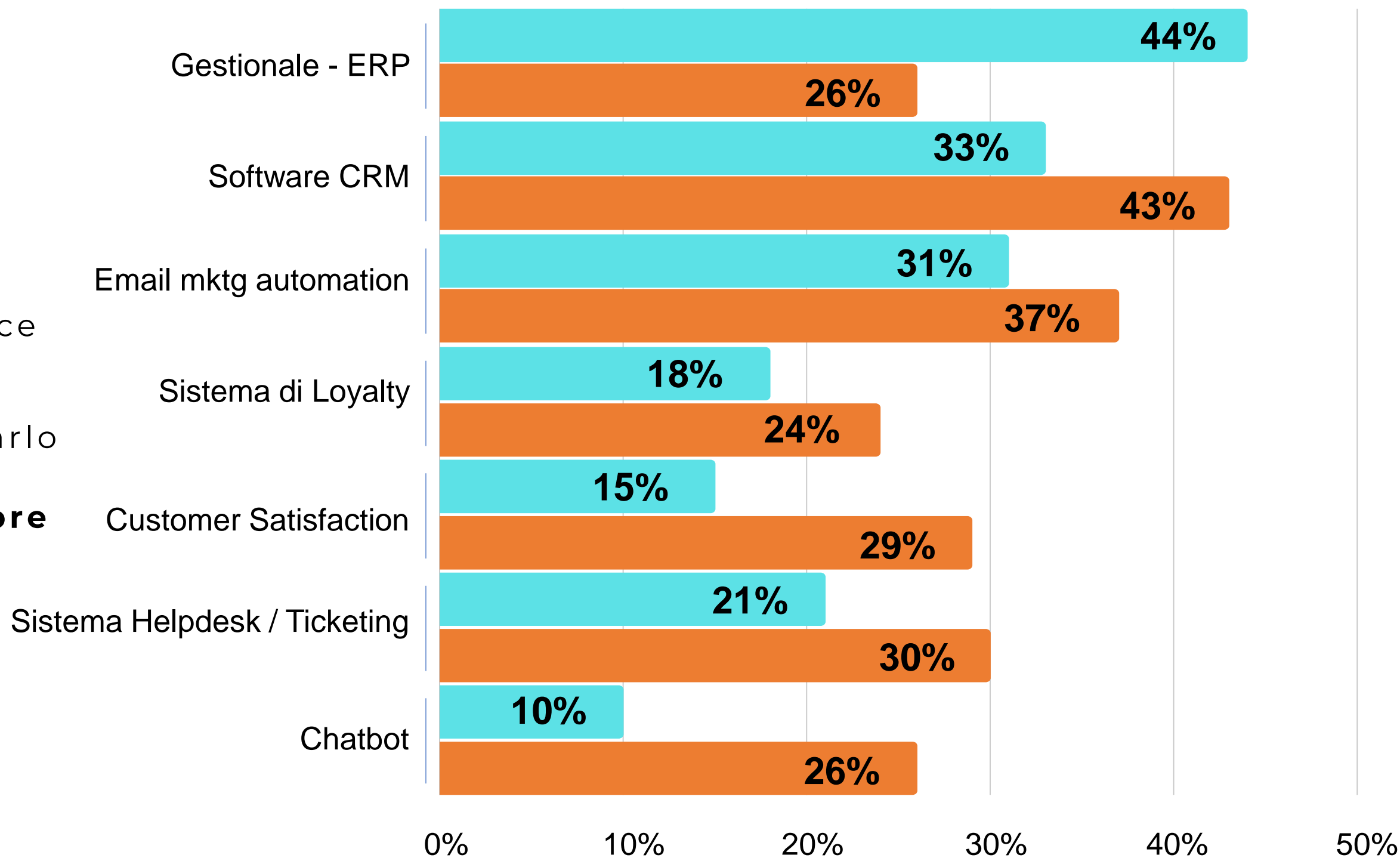
Integrazioni / *Con quali sistemi aziendali avete integrato o integrerete il vostro eCommerce?*

■ Integrato

■ Intenzione di integrare

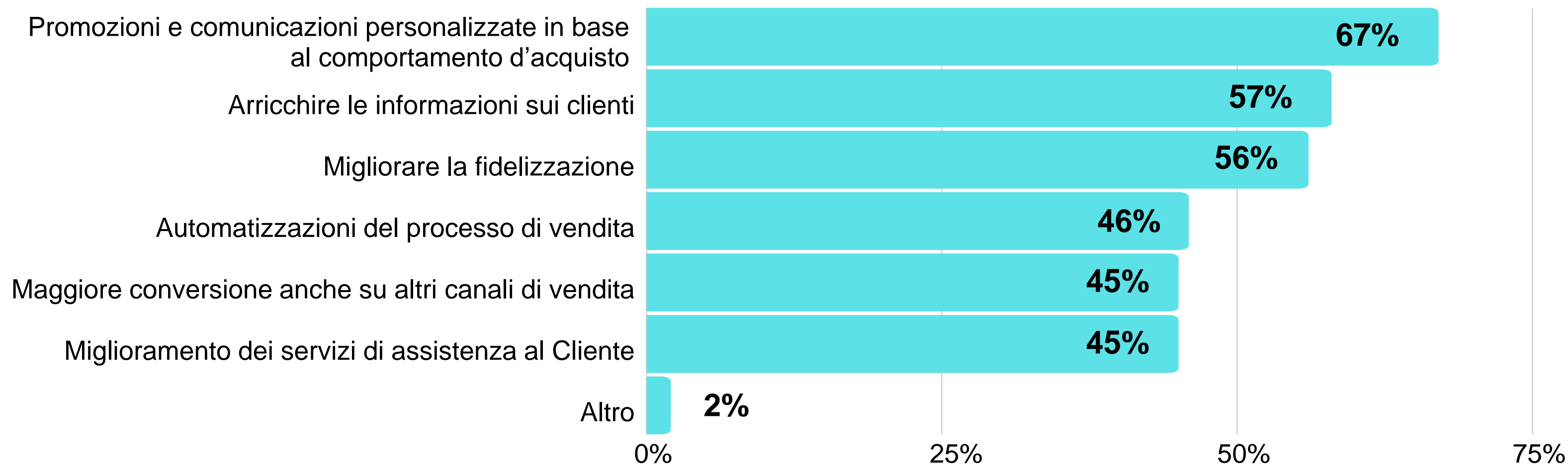
Il **33%** ha integrato l'eCommerce con il CRM;
il **43%** ha intenzione di integrarlo

CRM e eCommerce sono sempre più convergenti



CRM e eCommerce

Opportunità / Quali sono le principali opportunità che avete ottenuto o vi aspettate di ottenere dall'integrazione?



PERSONALIZZAZIONE

CONOSCENZA

FIDELIZZAZIONE

OMNISCANALITÀ

| Digitelematica

Mauro Mura – Sales Manager

06 I nostri servizi

C-DIRECT Consulting

Consulenza, formazione, project management

Siamo una società di **consulenza, formazione, data analysis**, nelle principali aree in cui la relazione con il cliente e la sua conoscenza assumono un ruolo strategico e il dato è il punto di partenza e di arrivo

Il **CRM**, inteso come filosofia di business, è quindi il **baricentro di tutti i nostri servizi**



Engineering | CRM & CX Consulting Services

L'esperienza nella trasformazione digitale

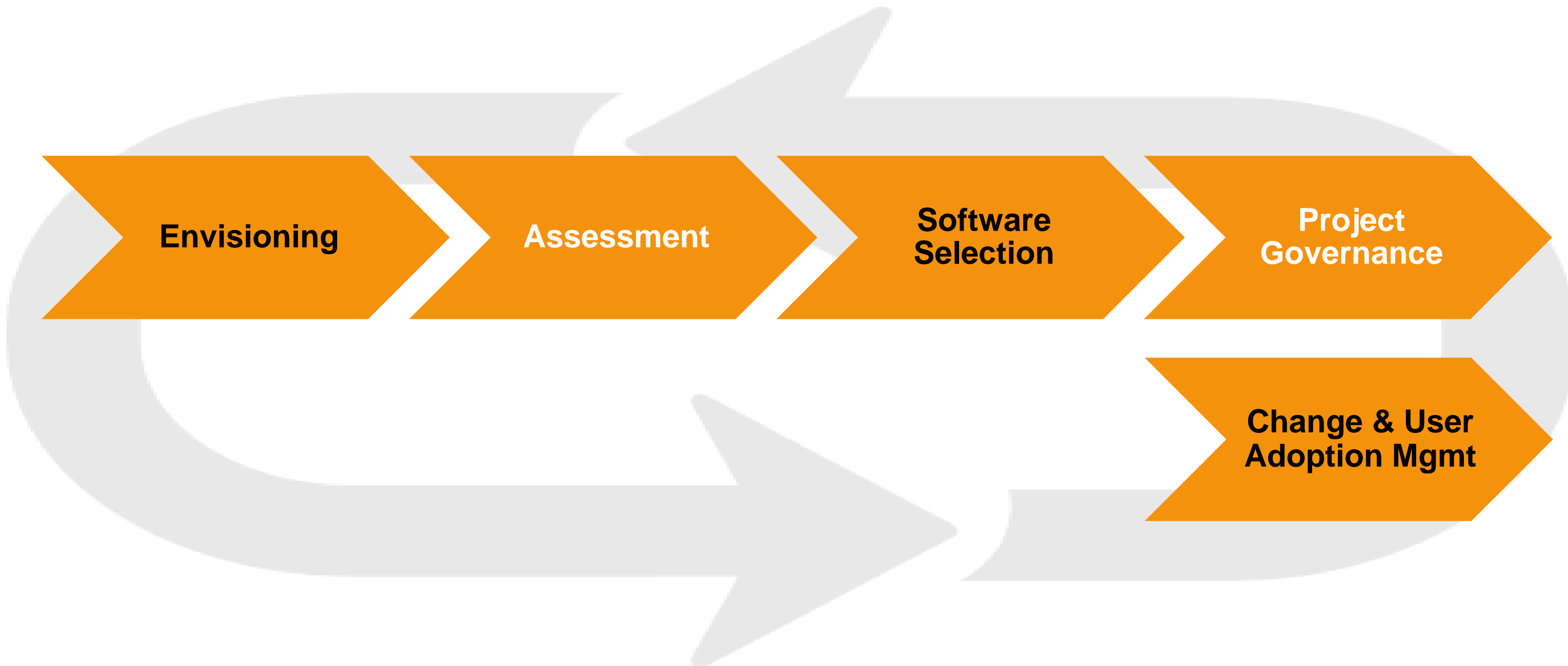
Orientiamo le aziende alla valorizzazione del loro business attraverso la trasformazione digitale e a definire le strategie di cambiamento nella gestione dei propri clienti.

Abbiamo maturato la nostra esperienza in vendite, marketing, visual marketing e servizi in molteplici settori.

Conosciamo in profondità le principali piattaforme di CRM, Digital Marketing ed E-commerce. Siamo sempre al passo con le nuove tendenze e le nuove tecnologie.

Engineering | CRM & CX Consulting Services

Portafoglio dei servizi





Elisa Fontana

CEO C-Direct Consulting

CRM Senior Consultant Engineering

elisa.fontana@cdirectconsulting.it

elisa.fontana@eng.it



Mauro Zanon

*Engineering Ingegneria
Informatica*

*Head of CRM & CX Consulting
Services*

mauro.zanon@eng.it