

## CRM 4.0 - Focus sul Cliente

**S**fora i 60 anni di attività, probabilmente perché, fin dalla nascita, Mercurio Misura è stata protagonista nell'innovazione dei sistemi di comunicazione fra aziende e mercati. Prima con la Formazione alla vendita persuasiva delle reti commerciali, poi con la creazione in Italia della prima struttura di Marketing Telefonico, strumento principe del Marketing Relazionale e della comunicazione diretta, e infine, da circa vent'anni, concentrata sul CRM operativo, l'unico CRM capace di produrre risultati economici. Il software del CRM, infatti, è condizione necessaria ma non sufficiente ad acquisire e conservare i clienti. "Abbiamo fatto nostra la frase di Drucker, secondo cui nessun mercato ha mai comperato alcunché, perché solo i clienti comprano", - ci dice Stefano Clima, DG di Mercurio Misura - "frase che sintetizza la nostra vocazione ad aiutare le imprese a rendere più produttiva la loro azione commerciale, qualsiasi mezzo di comunicazione impieghino, dalle reti di vendita al telefono, al web, fino al digital e al social marketing. "Siamo stati fra i primi", continua Stefano Clima, "a comprendere che l'idea che internet avrebbe sostituito tutti i mezzi di comunicazione precedenti era un'illusione destinata a svanire, come oggi è dimostrato anche dal fatto che aziende nativamente on-line, come Facile.it, Immobiliare.it, Zalando, Segugio.it e molti altri big di internet, fanno pubblicità in televisione esattamente come Ferrero, Barilla o tutte le imprese di automobili". L'ultimo miglio del CRM è l'attività relazionale quotidiana one-to-one con ciascun cliente. "Le aziende sono giustamente molto concentrate sul prodotto, ma spesso non lo sono sul cliente. Perché a fianco del Product Manager non esiste il Client Manager? Ciò che offriamo ai nostri clienti, è la possibilità di rendere più produttivi i contatti diretti con i clienti potenziali e acquisiti, ogni volta che il rapporto "on line" non ... sia abbastanza per il cliente, e richieda una relazione diretta, personale e realmente interattiva! Il Servizio Clienti, considerato normalmente come un centro di costo, DEVE diventare un vero centro di profitto, incrementando le vendite, anche in canali o zone dove



**Stefano Clima DG di Mercurio Misura**

non siano presenti i venditori, usando tutti i mezzi che oggi la tecnologia consente. Telefono, Web, Digital e Social aumentano di efficacia se integrati fra loro, piuttosto che presi singolarmente. "La qualità della relazione quotidiana ed eccellente con il cliente, con ciascuno dei clienti, è oggi la chiave del successo dell'azienda, essenziale almeno quanto la qualità del prodotto."



**MERCURIO MISURA Srl**  
CONSULENTI DI DIREZIONE, MARKETING & DIRECT MARKETING

Via Rosso di San Secondo 1/3, 20134 Milano  
Ph.: 02.27797.503 - Fax: 0220402203

[www.mercurio-misura.it](http://www.mercurio-misura.it)