MERCURIO MISURA

Consulenti Di Direzione, Marketing & Direct Marketing

La nostra missione: rendere più efficace
l'azione commerciale delle imprese.

www.mercurio-misura.it

OLTRE 50 ANNI DI ATTIVITÀ

Nell'anno 2008 abbiamo celebrato i ***50 anni di attività*** professionale in un settore, come la consulenza aziendale, caratterizzato da una grande discontinuità.

Ci siamo riusciti, perché ***abbiamo saputo anticipare i cambiamenti*** ed in alcuni casi ne siamo stati gli iniziatori.

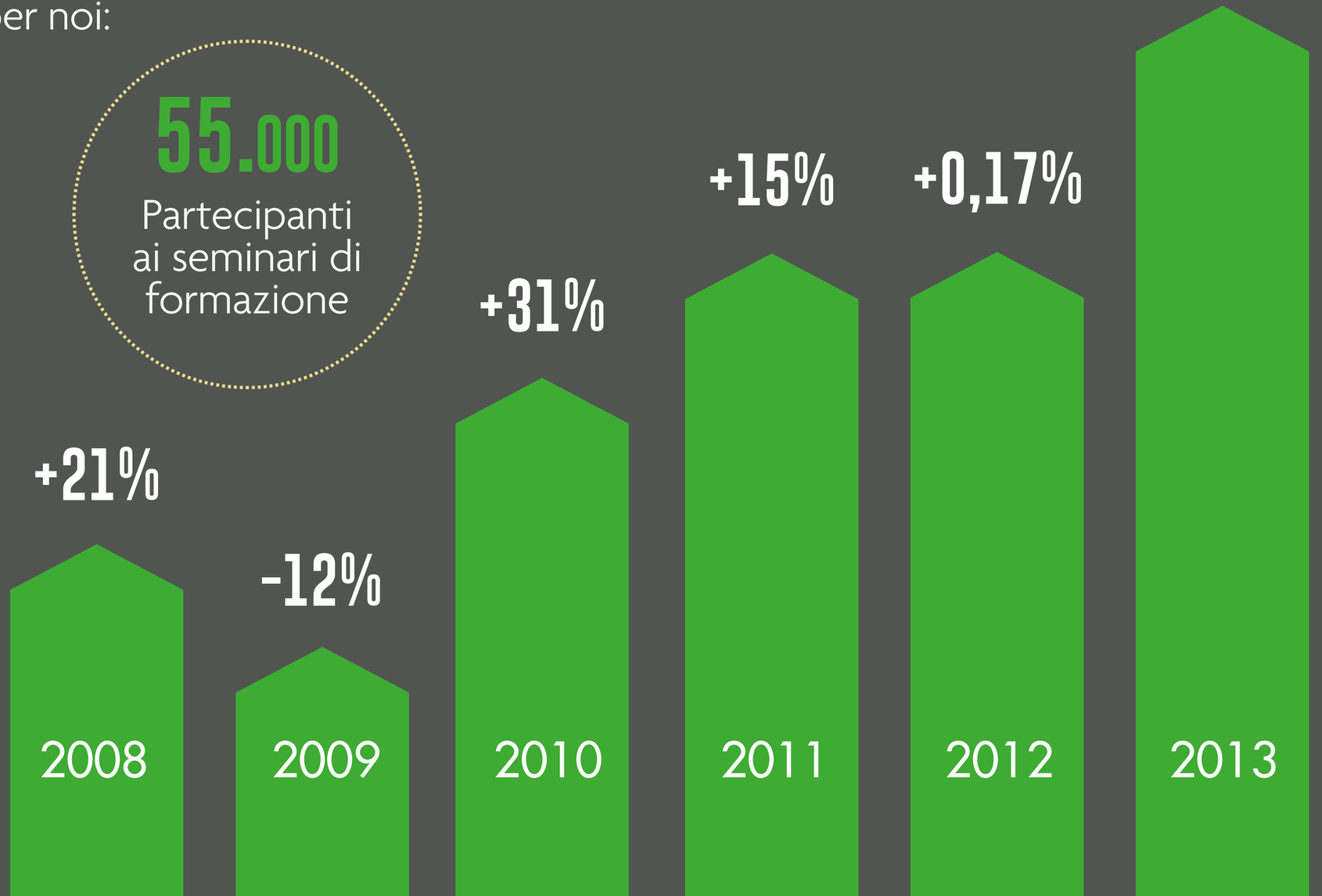
Sono i numeri a parlare per noi:

1580
Le aziende che abbiamo aiutato

55.000
Partecipanti ai seminari di formazione

58
I settori merceologici

Tassi di crescita 2008- 2013



INTERVENIAMO SU:

METODI

Impiegare direttamente o indirettamente i metodi più efficaci per acquisire e fidelizzare i clienti, in piena coerenza con i principi del Customer Relationship Management o CRM.

TECNICHE

Razionalizzare e rendere ripetibili gli approcci di successo per poterli trasferire a tutta la struttura aziendale.

STRUTTURE

Progettare strutture adatte ai mercati.
Selezionare e formare persone adatte al proprio ruolo.

POLITICHE

Definire gli obiettivi, segmentare la clientela, migliorare l'efficacia della propria azione commerciale.

Il concetto chiave del business
è creare e conservare un cliente.

P. Drücker

MARKETING

ONE TO ONE

Nessun mercato ha mai acquistato alcunché:
solo i clienti comprano.
P. Drücker

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Il mass marketing, dopo aver garantito decenni di successi e profitti alle aziende, ha ormai raggiunto il suo livello di saturazione. L'advertising da anni non cresce più.

E' sempre più diffusa la consapevolezza che ha poco senso investire l'80% delle spese di marketing per raggiungere il 20% dei clienti che generano l'80% dei profitti. *Ugo Clima*

Il CRM è la risposta strategico-organizzativa a questa situazione. Utilizzare la tecnologia per orientare al cliente tutte le funzioni che ne sono quotidianamente a contatto: vendite, logistica, customer service, assistenza tecnica, amministrazione. Funzioni gestite da persone.
La tecnologia è infatti condizione necessaria ma non sufficiente per rendere efficace una strategia di CRM i cui obiettivi permanenti sono:

- **CONQUISTARE CLIENTI NUOVI**
- **FIDELIZZARE CLIENTI ACQUISITI**

Le condizioni per realizzare questi obiettivi sono:

- **CRM ANALITICO**
- **CRM OPERATIVO**

CRM ANALITICO
→ Produce informazioni

Il software del CRM consente di segmentare i clienti per cluster di comportamento e non più soltanto per classi socio-economico-demografiche.

ANALIZZARE
e **SEGMENTARE**
la clientela

ACQUISIRE
nuovi clienti

FIDELIZZARE
clienti acquisiti

CRM OPERATIVO
→ Produce risultati

Gli strumenti per ascoltare il cliente e personalizzare la comunicazione:

- LE RETI DI VENDITA
- LA COMUNICAZIONE DIRETTA, PARLATA E SCRITTA
- IL WEB 2.0
- I SOCIAL NETWORK

CONTACT CENTER

Riduzione del **TIME TO MARKET**

La **capacità di ascolto** di un'impresa è la più autentica dimostrazione di interesse per il cliente e la **personalizzazione della comunicazione** ne è la possibile conseguenza.

Con o senza **NUMERO VERDE**, il telefono è il principale strumento che Mercurio Misura mette a disposizione delle aziende clienti.
Una piattaforma tecnologica di ultima generazione, continuamente aggiornata, personale esperto specificamente formato alla psicologia della comunicazione, la totale appropriazione degli obiettivi delle aziende clienti spiegano il successo dei progetti realizzati da Mercurio Misura, sia per operazioni spot che permanenti, principalmente nei settori:

- *Farmaceutico*
- *Largo consumo*
- *Beni industriali*
- *Servizi*

Potenzialità di **40.000** interviste al mese

PROGETTI OUTBOUND

- Ricerche di mercato e indagini sulla Customer Satisfaction
- Creazione appuntamenti e gestione dell'agenda dei venditori
- Sostituzione dei venditori in zone scoperte
- Vendite dirette di prodotti e servizi, particolarmente nel retail largo consumo e farmacie, o direttamente nel business to business

PROGETTI INBOUND

- Gestione Numeri Verdi e linee dedicate
- Servizi di Customer Care e azioni di fidelizzazione dei clienti
- Crisis Management
- Trattamento richieste informazioni, gestione reclami, acquisizione ordini

FORMAZIONE
TRAINING
COACHING

Il vero obiettivo dell'educazione
non è la conoscenza, ma l'azione.
H. Spencer

FORMAZIONE È CAMBIAMENTO

oltre **55.000 persone** hanno partecipato ai nostri **seminari di formazione**

Con un'accelerazione senza precedenti, oggi cambiano i prodotti, i mercati, le tecnologie, gli strumenti di comunicazione.
Allineare i comportamenti organizzativi alle nuove condizioni è fondamentale e la formazione ne è il principale strumento.

Una fase di analisi preliminare permette di **personalizzare i contenuti** della formazione, facendo largo uso di supporti audiovisivi, studio di casi e role playing, che fanno di ogni partecipante il protagonista attivo di quel processo di cambiamento che chiamiamo formazione.

Il primo passo di questo processo consiste nel mettere in discussione abitudini inveterate, luoghi comuni ereditati, pregiudizi e resistenze. Quanto è maggiore l'esperienza professionale, tanto maggiori sono le resistenze al cambiamento.
"Formare" significa aiutare le persone ad **adottare modelli di comportamento applicabili nella pratica quotidiana** e fatti propri per intima condivisione.

Questo risultato non è ottenibile senza una didattica che conduca maieuticamente i partecipanti a trovare dentro di sé, con l'aiuto dei relatori, il comportamento più adeguato alla situazione.
La filosofia didattica su cui si basa la nostra attività di formazione è il **TWI (Training Within Industry).**

COACHING

Il Coaching, perfettamente complementare all'attività di formazione, le si affianca come occasione di sviluppo individuale, aiutando il manager ad utilizzare meglio le sue personali risorse.
Gli interventi di coaching sono realizzati da consulenti certificati in queste metodologie.

CONFERENZE

Mercurio Misura si occupa anche della strategia di comunicazione in convegni e convention di grandi dimensioni, ed in alcuni casi del "ghost writing" per il management, con particolari esperienze nei settori:

- LARGO CONSUMO
- FARMACEUTICO
- INDUSTRIALE
- SERVIZI

Programma studiato sulle esigenze **di ogni singola azienda**

AREE DI INTERVENTO

Nell'economia nella quale viviamo, il successo di un'azienda dipende sempre meno dal prodotto e sempre più dalla qualità dei suoi uomini. In particolare da quelli che concepiscono le strategie commerciali, da quelli che le trasmettono e da quelli che le trasformano in fatti.
Queste sono le aree elettive d'intervento dei nostri progetti di formazione:

MANAGEMENT

La direzione d'impresa: le risorse umane, economiche, di mercato.
Guida e animazione di grandi e piccoli gruppi: come utilizzare l'arte della persuasione in riunione.
Leadership e motivazione del personale: il ruolo del Capo.

MARKETING

Il marketing nelle imprese industriali e nei servizi.
Il lancio di nuovi prodotti, momento critico per l'impresa.
Il "Category Management" e la gestione evoluta del lineare.

MARKETING RELAZIONALE

Il CRM dalla comunicazione di massa al marketing One to One.
Il telefono: come utilizzarlo per trattare richieste di informazioni, ordini telefonici e reclami.
Le vendite a distanza e i loro principali strumenti: telefono e web.

VENDITE

La direzione delle vendite nei mercati competitivi.
L'area di vendita come mercato: il "Territorial Operation".
La persuasione e la vendita: il venditore come differenziale competitivo.

MYSTERY SHOPPING / VIDEO / CALLING

L'indagine mystery misura ciò che accade di fronte ai clienti (potenziali o acquisiti) nei punti vendita, nei centri di assistenza post-vendita e più in generale nel corso dell'erogazione di un servizio.
Consente di monitorare in modo rapido ed oggettivo:

- la qualità del servizio in fase di vendita e di post-vendita;
- l'atmosfera del negozio;
- l'esposizione del prodotto;
- l'adeguatezza degli strumenti di vendita impiegati.

Grazie a questo strumento l'azienda può migliorare i risultati commerciali, fidelizzare i clienti acquisiti e progettare in modo più accurato gli interventi formativi dedicati al personale a diretto contatto con il pubblico.

SELEZIONE DEL PERSONALE

Per l'impresa è fondamentale individuare le caratteristiche salienti di un candidato, per prevederne il successo nel suo inserimento aziendale.
Nella struttura organizzativa, una persona sbagliata toglie il posto alla persona giusta, provocando costi occulti e inefficienze sempre meno tollerabili.
Per questo un controllo accurato del processo di selezione riduce la possibilità di errori che si annidano in ogni sua fase:

- L'ESATTA INTERPRETAZIONE DELLE ASPETTATIVE DEL MANAGEMENT
- L'ACCURATA ANALISI DELLA POSIZIONE
- IL DISCRETO MA ATTENDIBILE CONTROLLO DELLE REFERENZE

Rispetto assoluto della **riservatezza** per l'azienda e per il candidato

Massima tempestività nella ricerca

Controllo accurato del processo di selezione

PORTFOLIO CLIENTI

La soluzione su misura per ogni business

ARTSANA GROUP
AGNESI
ASSOSERVIZI
AstraZeneca
AVERNA
AZIMUT CONSULENZA SIM
Banca Popolare di Ancona
BANCA SELLA
Barilla
BAYER
bimby
Brioni
BRITISH AIRWAYS
Bull
CADEMARTORI
BRACCO
CAMERA di COMMERCIO MONZA BRIANZA
casa.it
COLGED
COLT
COGNEX Vision for Industry®
Daiichi-Sankyo
DICOFARM
Disney
Dove
ELETTROBAR
ESCADA
folletto
Fresenius Medical Care
Gillette
ERM
Esso
IBM
HRG
Inferdis
GIULIANI
HEWLETT PACKARD
IPSOA SCUOLA D'IMPRESA
JANSSEN PHARMACEUTICA
KONE
ipanema Technologies
gsk GlaxoSmithKline
Lucart Group
MondOffice
Lilly
L'ORÉAL
MBM
MINOLTA
MOLTENI FARMACEUTICI
Mercedes-Benz
nuncas
PALAZZETTI
PHILIPS
PIERREL
PIONEER
RADICI GROUP
ratiopharm
REALE MUTUA ASSICURAZIONI
RASPINI Salumieri per vocazione
RCS
Roche
RODENSTOCK
SANDOZ
Solvay Pharmaceuticals
RENAULT
serono biotech & beyond
Shell
TELECOM ITALIA
UNISYS
Vaillant
SIEMENS
Zambon

MERCURIO MISURA

Consulenti Di Direzione, Marketing & Direct Marketing

Via Rosso di San Secondo, n.1/3 – 20134 Milano (MI) Italy
Ph./Tel.: (+39) 02.27797 - Fax: (+39) 02.20402203
info@mercurio-misura.it - www.mercurio-misura.it