

## La forza delle relazioni

Un moderno concetto di Customer relationship management anche al servizio del mondo farmaceutico

Testo di **Elena Marzorati** - Foto di **Elisa Casanova**



**Stefano Clima**

“Negli oltre cinquant’anni della nostra attività, abbiamo aiutato oltre 1.500 aziende a realizzare i loro obiettivi commerciali, in oltre 58 diversi settori merceologici. Più di 50.000 persone, nelle strutture aziendali e sul mercato, hanno partecipato ai nostri corsi di formazione, il cui comune denominatore è la comunicazione persuasiva sia all’interno dell’organizzazione sia tra l’impresa e il mercato. Nel maggio 1980 abbiamo introdotto in Italia il marketing telefonico, mettendo a disposizione delle aziende un formidabile strumento per aumentare l’efficacia della loro azione commerciale”. Così esordisce Ugo

Clima, presidente della Mercurio Misura, azienda specializzata nel marketing relazionale. Alla guida operativa dell’impresa, il direttore generale Stefano Clima, che evidenzia come anche nell’ultimo lustro Mercurio Misura abbia registrato un tasso di crescita a due cifre. Punto di forza dell’impresa è la capacità di aiutare le aziende, tradizionalmente focalizzate sul prodotto, a orientarsi al cliente. Il team dell’azienda milanese individua e qualifica la domanda, trova nuovi clienti e fissa gli appuntamenti per la rete vendita; fidelizza i vecchi clienti stabilendo relazioni personalizzate che migliorano l’immagine aziendale. Que-

sto rende più facile allargare la gamma dei prodotti venduti, aumentando il giro d’affari per cliente. “Negli ultimi anni tutti gli strumenti di comunicazione aziendale hanno perso efficacia: l’advertising, con la sua dissipazione; le reti di vendita sedute su rendite di posizione inaccettabili e che spesso considerano la ricerca di nuovi clienti costosa e ardua”, spiega Ugo Clima. “Da quando abbiamo offerto ai nostri clienti la prima struttura di marketing telefonico italiana - aggiunge - molto è cambiato: oggi il telefono si è integrato con il web e gli altri canali, ottenendo risultati sorprendenti”. Mercurio Misura ha dato concretezza al “Customer relationship management” integrando semplicemente ciò che aveva sempre fatto con le più moderne tecnologie. “Dei fattori che governano la relazione col cliente solo uno rappresenta il Crm analitico ed è il database, ossia il software. Tutti gli altri, forza vendita, telefono, mailing e web, sono comunicazione pura e sono gli unici che producono risultati. Il nostro mestiere è il Crm operativo”, sottolinea Stefano Clima. Tra i settori in forte sviluppo per Mercurio Misura, vi è quello farmaceutico. “Per alcune aziende realizziamo vendite a distanza di tutto il listino di farmaci, utilizzando sistemi multimediali che riducono di due terzi i costi di vendita”, spiegano i manager. I clienti bisogna dunque trovarli, qualificarli, sedurli, conservarli, e renderli profittevoli. Mercurio Misura persegue questo fine con successo, tanto da annoverare realtà come Artsana, Bayer, Roche, AstraZeneca, Dicofarm, Folletto, Eurotec e molti altri. “La vera difficoltà - conclude Stefano Clima - è che noi non vendiamo ‘servizi’, ma ‘metodi di lavoro’. Perché il problema non è ‘cosa fare’, in un modo o nell’altro tutti lo fanno, ma ‘come farlo’, cioè un problema di metodo”.