





Importanza di adottare Sphere CRM

Con Sphere CRM, puoi centralizzare tutte le informazioni dei clienti, migliorando la gestione delle relazioni e ottimizzando la forza vendita.



Gestione efficace delle informazioni

1

Centralizzazione

Registra e archivia facilmente tutti i dati dei clienti in un unico sistema.

2

Accesso rapido

Trova le informazioni necessarie in modo veloce e intuitivo grazie a una struttura organizzata.

3

Aggiornamento automatico

I dati vengono sincronizzati in tempo reale, garantendo sempre informazioni aggiornate per tutti gli utenti.



Automatizzazione dei Processi

Flussi di lavoro

Automatizza le attività ripetitive e migliora l'efficienza del team.

Notifiche e promemoria

Ricevi avvisi automatici per non perdere mai una scadenza o un'opportunità di vendita.

Sequenza di email

Crea campagne di email automatizzate per coinvolgere i clienti in modo personalizzato e tempestivo.

Follow-up automatico

Assicura che nessun lead si perda mettendo in atto azioni di follow-up automatiche.



Analisi e Reporting dei processi CRM

Ricevi report dettagliati sull'andamento delle vendite, l'efficacia delle campagne e le performance del team.



Collaborazione e Comunicazione



Collabora meglio

Condividi facilmente informazioni e documenti con il team, migliorando la collaborazione.



Comunica in modo efficace

Comunica con il team e i clienti utilizzando strumenti integrati di messaggistica.



Idee innovative

Organizza sessioni di brainstorming per stimolare la creatività e l'innovazione all'interno del team.



Come Sphere supporta l'azienda nella gestione della Forza Vendita

Sphere CRM offre una panoramica completa sulle attività della forza vendita, facilitando la gestione e l'analisi dei dati.



Centralizzare i dati

1

Clienti

Archivia tutte le informazioni dei clienti in modo ordinato e accessibile.

2

Offerte

Tieni traccia di tutte le offerte fatte ai clienti e delle relative negoziazioni.

3

Vendite

Registra tutte le vendite effettuate e monitora le performance dei venditori.



Segmentare e classificare i clienti

1

Analisi dei dati

Utilizza filtri personalizzati per segmentare i clienti in base a criteri specifici.

2

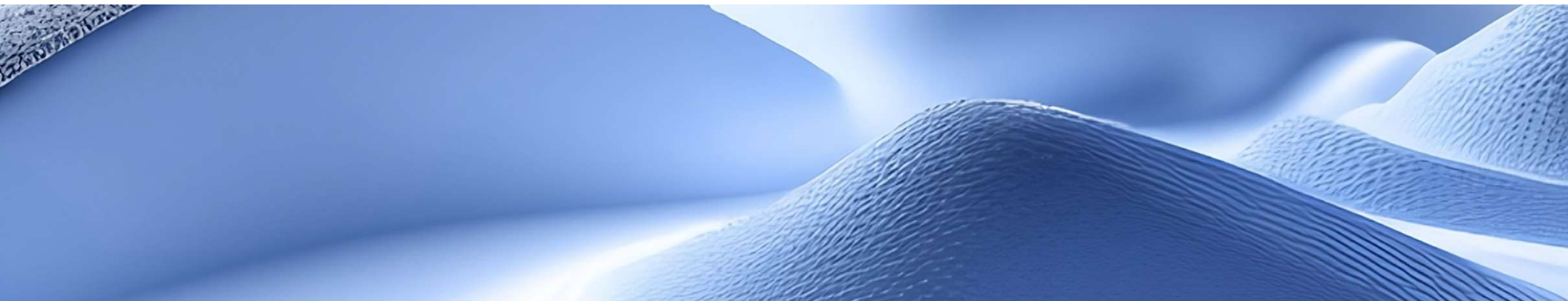
Gestione delle list di contatti

Crea liste di contatti basate su interessi, comportamenti o altro.

3

Personalizzazione delle comunicazioni

Invia messaggi mirati e personalizzati ai clienti in base alle loro esigenze.



Automazione delle attività sui Prospect

Risparmia tempo automatizzando le attività sui prospect, come invio di email o chiamate di follow-up, per migliorare la conversione.



Pipeline – Tracciamento del lead

Monitora lo stato dei lead al loro interno e gestisci la pipeline di vendita in modo efficace per massimizzare la conversione.



Integrazione con strumenti di Marketing



Email marketing

Integra il CRM con strumenti di email marketing per creare campagne mirate.



Social media

Collega il CRM ai tuoi account di social media per gestire interazioni e pubblicità.



Search engine optimization

Utilizza i dati del CRM per ottimizzare la tua strategia di marketing digitale.

Monitoraggio delle Metriche Chiave

Performance del team

Monitora le performance individuali e di squadra per identificare le aree di miglioramento.

Conversione delle opportunità

Misura la percentuale di opportunità che si trasformano in vendite per ottimizzare il processo di vendita.

Customer satisfaction

Raccogli feedback e valuta il livello di soddisfazione dei clienti per migliorare la customer experience.

Ritorno sull'investimento

Calcola il ROI delle tue iniziative di marketing e vendita per ottimizzare le risorse.

Perché abbiamo bisogno del CRM?

Senza un CRM, le aziende rischiano di perdere opportunità di vendita, mancare il tracciamento delle attività e avere una visione limitata dei clienti.





Come contattarci per avere
maggiori informazioni?

commerciale@studiobit.it

www.studiobit.it

