

C2022



Dal 3 al 6 ottobre,
solo su Learnn.

Learnn



Giulia Forghieri

**Product Marketing Manager
@Talent Garden**

Learnn

CRM Strategy per Team Sales

Learnn

Cosa vedremo:

1. Contesto
2. CRM per Sales
3. Sales Funnel
4. Strategy
5. Recap

**E-commerce,
Automazioni, Chatbot,
Intelligenza Artificiale...**

Learnn

Esistono ancora aziende con Team Sales?



Learnn



+ Fiducia

+ Rischio

+ Prezzo

→ Team vendita

B2B

"Il valore annuo degli scambi B2B pesa sul fatturato totale delle imprese italiane di circa il 61%"

Fonte: Osservatorio Digital b2b

B2B

- **Eventi /networking**
- **Referral**





ContactsConversationsMarketingSalesServiceAutomationReports

Target Accounts

Choose target accounts

All target accounts

No open tasks

No logged calls

No meetings

No open deals

No decision maker

Blockers

Recommendations

Potential target accounts

Prospects

Owner: AllTeam: All

Search target accounts

TARGET ACCOUNTS	ACCOUNTS WITH OPEN DEALS	OPEN DEAL VALUE	MISSING ANY BUYING ROLE	MISSING DECISION MAKERS
53	46	\$124M	4	18
Total chosen companies	87% of target accounts	Avg \$1.8M per deal	8% of target accounts	26% of target accounts

COMPANY	CONTACTS	OPEN DEALS	DEAL VALUE	LAST TOUCH	LAST ENGAGEMENT	SCHEDULED
Xuatico	213	2	\$1.8M	3 days ago Ethan Kopit called	1 hour ago Opened email from Ethan Kopit	Meeting Task
A2 Robotics	57	1	\$900k	5 weeks ago Nate Lacy sent email	2 days ago Opened email from Nate Lacy	Sequence
	83	2	\$6M	1 day ago Nate Lacy called	5 days ago Opened email from Nate Lacy	Task Sequence
	17	1	\$2.4M	1 week ago Ethan Kopit sent email	2 days ago Visited website	Task
	22	0	--	4 days ago Nate Lacy sent email	3 weeks ago Opened email from Nate Lacy	Sequence
	291	1	\$1.5M	2 weeks ago Nate Lacy sent email	2 months ago Visited website	Meeting Task

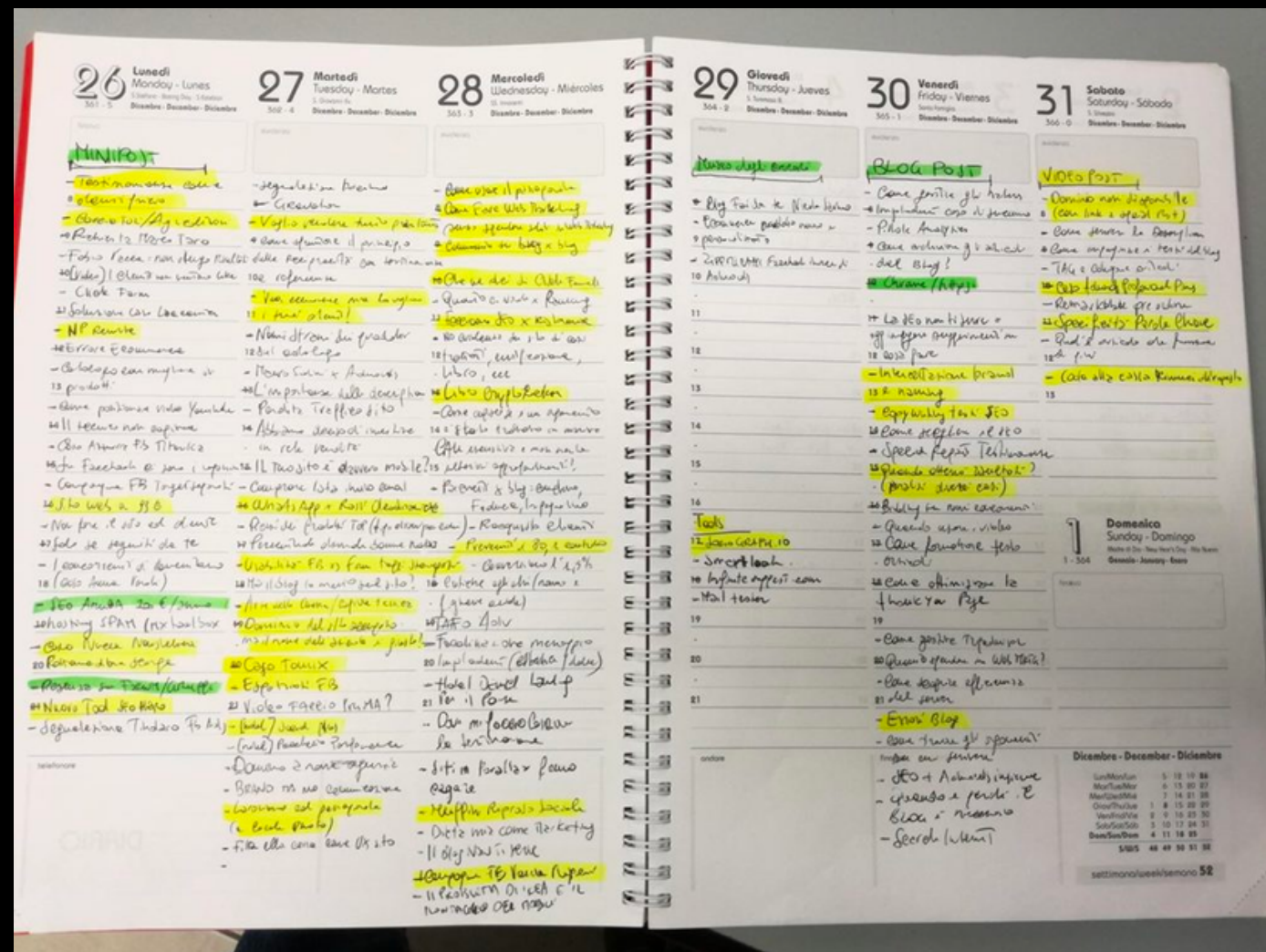


Marketing?

Esempi B2C con team vendita

- **Assicurazioni**
- **Palestre**
- **Agenzie viaggi**
- **Negozi fisici**
- **Centro Estivo**
- **Concessionarie**
- **Corso di lingua**
- **Master universitari**
- **Corsi di formazione**
- **Depuratori acqua**
- **Agenzie immobiliari**

Learnn



CRM Template

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help Last edit was 17 minutes ago

100% \$ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

H2	A	B	C	D	
1	Customer Name	Company Name	Telephone Number	Email Address	Of
2	Mary Keiser	Alpha Pharmaceuticals		mary.keiser@alphapharma.com	32
3	Jane Doe	Adcom Group	210-778-1415	jane.doe@adcom.com	50
4	Chris Shaw	Happy Feet Inc.	210-371-8451	Chris.shaw@happyfeet.com	13
5	Mark Dow	Steel and Bars Inc.		mark.dow@steelbarinc.com	41
6	John Smith	Domesco Medical	210-643-6767	john.smith@domescomed.com	41
7					
8					
9					
10					
11					
12					

+ Contacts Deals Sales Overview Graphs

Obiettivo Team sales

1. Vendere (Revenue)



Learnn

Obiettivo Team sales

1. Vendere (Revenue)

2. A più clienti possibili in linea con la buyer personas ideale (referral)

Obiettivo Team sales

1. Vendere (Revenue)

2. A più clienti possibili in linea con la buyer personas ideale (referral)

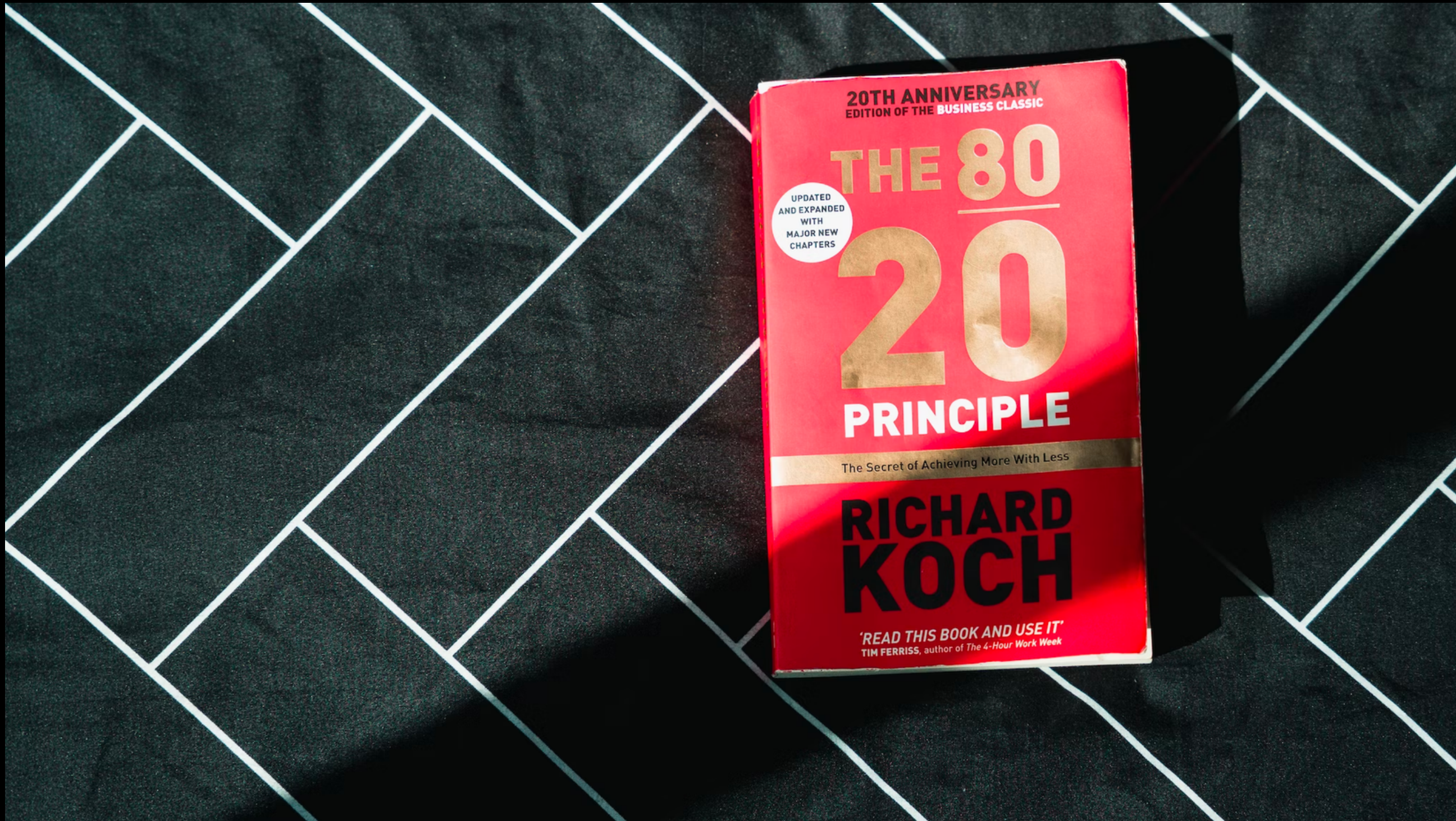
3. Che rimangano soddisfatti del servizio / prodotto (LTV)

Obiettivo Team sales

1. Vendere (Revenue)
2. A più clienti possibili simili alla buyer personas ideale (referral)
3. Che rimangano soddisfatti del servizio / prodotto (LTV)
4. Ottimizzando al massimo la propria efficienza (CAC)

Tutto ha un costo

- **Viaggio per visitare prospect**
- **Chiamate a freddo**
- **Invio e scrittura email**
- **Tempo speso per individuare buyer persona ideale**
- **Investimenti in campagne pubblicitarie**
- **Costo opportunità di aver chiamato una persona anziché un'altra**



Learnn

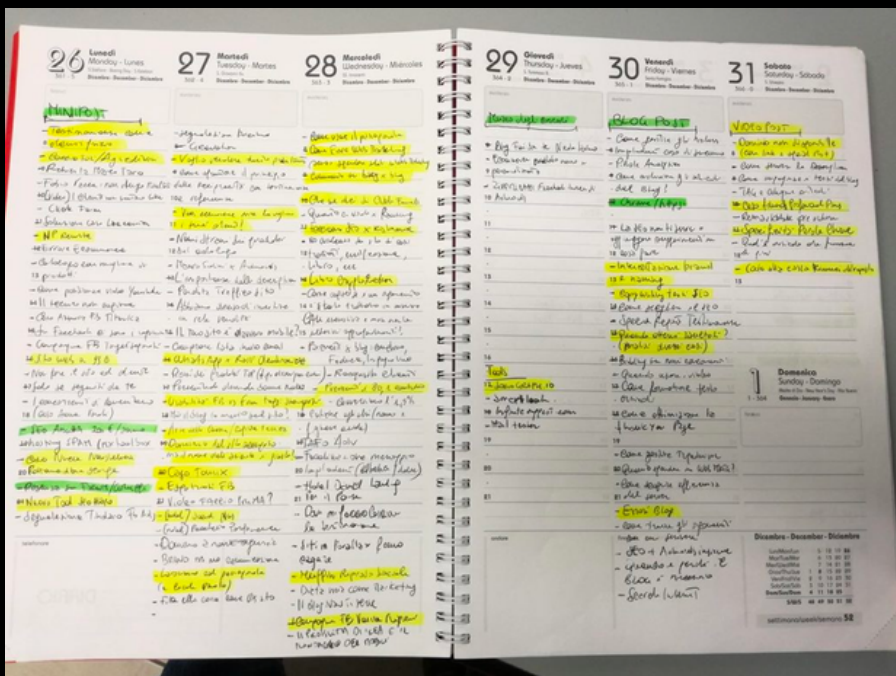
CRM: Customer Relationship Management

E' una strategia per la gestione di tutti i rapporti e le interazioni di un'azienda che hanno luogo con i clienti potenziali ed esistenti.

Un sistema CRM aiuta le aziende a rimanere in contatto con i clienti, a semplificare i processi e a migliorare la redditività.

Per chi?

- **PMI italiana**
- **B2B**
- **Startup**
- **Negoziò fisico**
- **Multinazionale**



ActiveCampaign ➤

CRM Template

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help Last edit was 17 minutes ago

100% \$ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

H2 Yes

	A	B	C	D	
	Customer Name	Company Name	Telephone Number	Email Address	Of
1	Mary Keiser	Alpha Pharmaceuticals		mary.keiser@alphapharma.com	32
2	Jane Doe	Adcom Group	210-778-1415	jane.doe@adcom.com	50
3	Chris Shaw	Happy Feet Inc.	210-371-8451	Chris.shaw@happyfeet.com	13
4	Mark Dow	Steel and Bars Inc.		mark.dow@steelbarinc.com	41
5	John Smith	Domesco Medical	210-643-6767	john.smith@domescomed.com	41
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					

+ ☰ Contacts Deals Sales Overview Graphs



pipedrive



Learnn

Cosa permette di fare?

- **Storico**
- **Clienti migliori**
- **Informazioni clienti**
- **Tracciamento**
- **Monitorare andamento vendite**
- **Automazioni**
- **Inviare comunicazioni email**

Un sistema CRM efficace dà i superpoteri al team vendita



Learnn

Il 33% dei sales ha una media di 2-4 interazioni con i clienti potenziali durante il processo di vendita

Allineamento Sales & Marketing



Learnn

Quantità o Qualità?
Cos'è una lead di qualità?

I Sales aiutano il Marketing a

- **Conoscere i competitors e il mercato**
- **Migliorare USP del prodotto**
- **Individuare le principali obiezioni all'acquisto**
- **Conoscere il Customer's journey e canali acquisizione**
- **Creare nuovi prodotti**
- **Capire la qualità dei contatti**

Il Marketing aiuta i Sales a

- **Focalizzarsi sui contatti di migliore qualità**
- **Creare automazioni per aumentare efficacia**
- **Sentirsi più sicuri nel vendere il prodotto**
- **Creare il materiale di supporto per facilitare la vendita**
- **Monitorare le performance**
- **Trovare nuove opportunità di upselling e crossselling**

Da dove iniziare?

Customer Journey

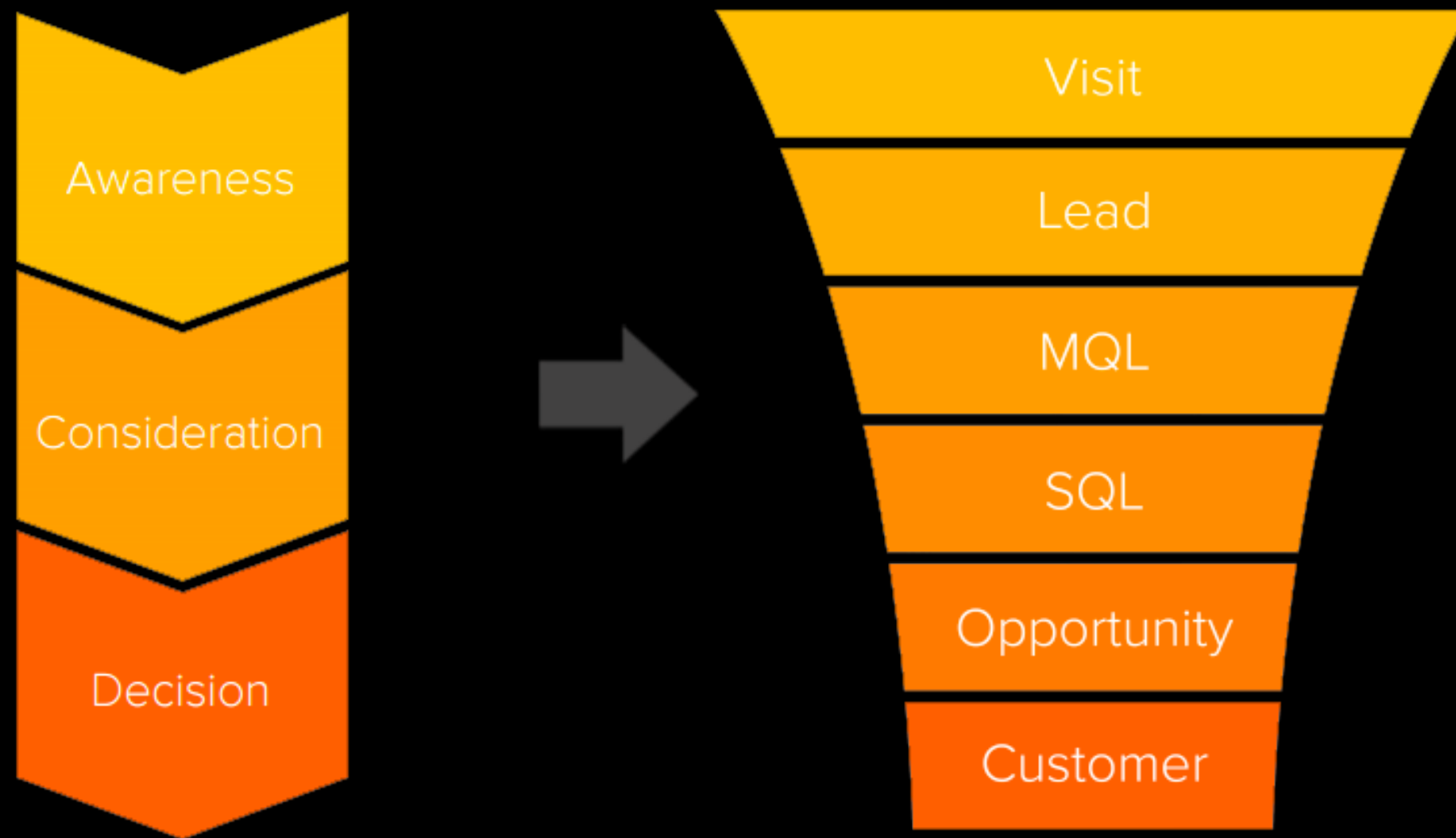


Learnn

Customer Journey

- **Come vengono a conoscenza della tua azienda?**
- **Quali sono i canali di marketing principali?**
- **Che problema stanno cercando di risolvere?**
- **Quali altre soluzioni stanno valutando?**
- **Come posso raccogliere le informazioni per decidere se comprare da noi?**
- **Quali sono le obiezioni che potrebbero avere?**
- **Quali sono i fattori principali che influenzeranno il loro acquisto?**

Sales Funnel



Fonte: Hubspot

Learnn

Definizioni

Lead: a contact or company who has converted on your website or through some other interaction with your organization beyond a subscription sign up

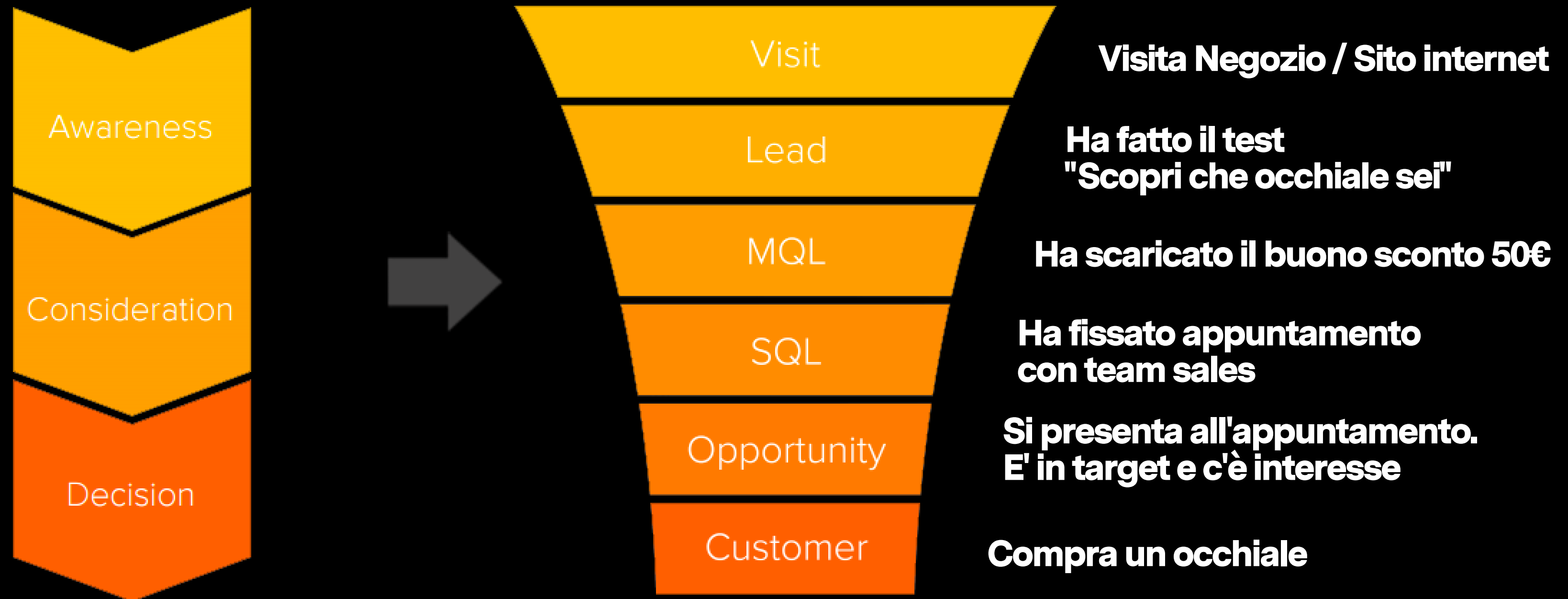
Marketing Qualified Lead: a contact or company that your marketing team has qualified as ready for the sales team

Sales Qualified Lead: a contact or company that your sales team has qualified as a potential customer. This stage includes sub-stages that are stored in the Lead Status property.

Opportunity: a contact or company who is associated with a deal (e.g., they're involved in a potential deal with your organization)

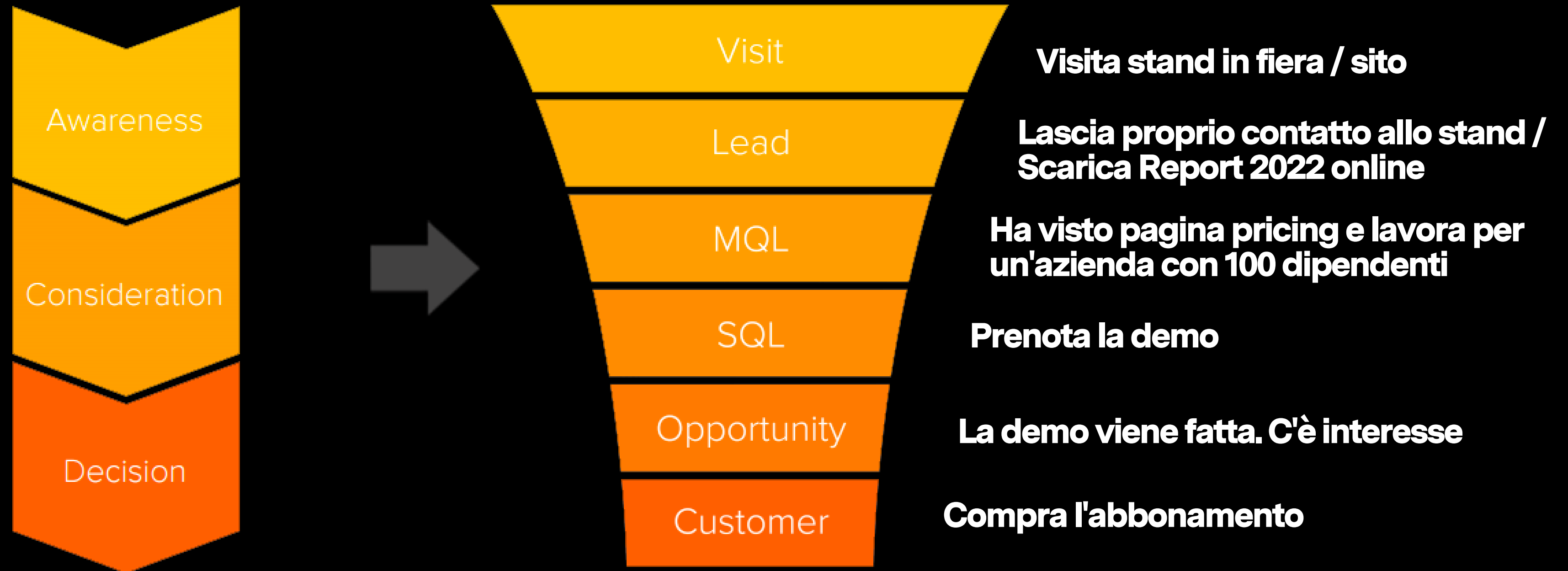
Customer: a contact or company with at least one closed deal

Esempio negozio ottica



Learnn

Esempio B2B



Learnnn

Come fa una MQL a diventare SQL?

Comportamento lead

- **Guardato brochure**
- **Prenotato interview / demo**
- **Risposto ad una email**
- **Aperto email almeno 10 volte (sì ci sono)**

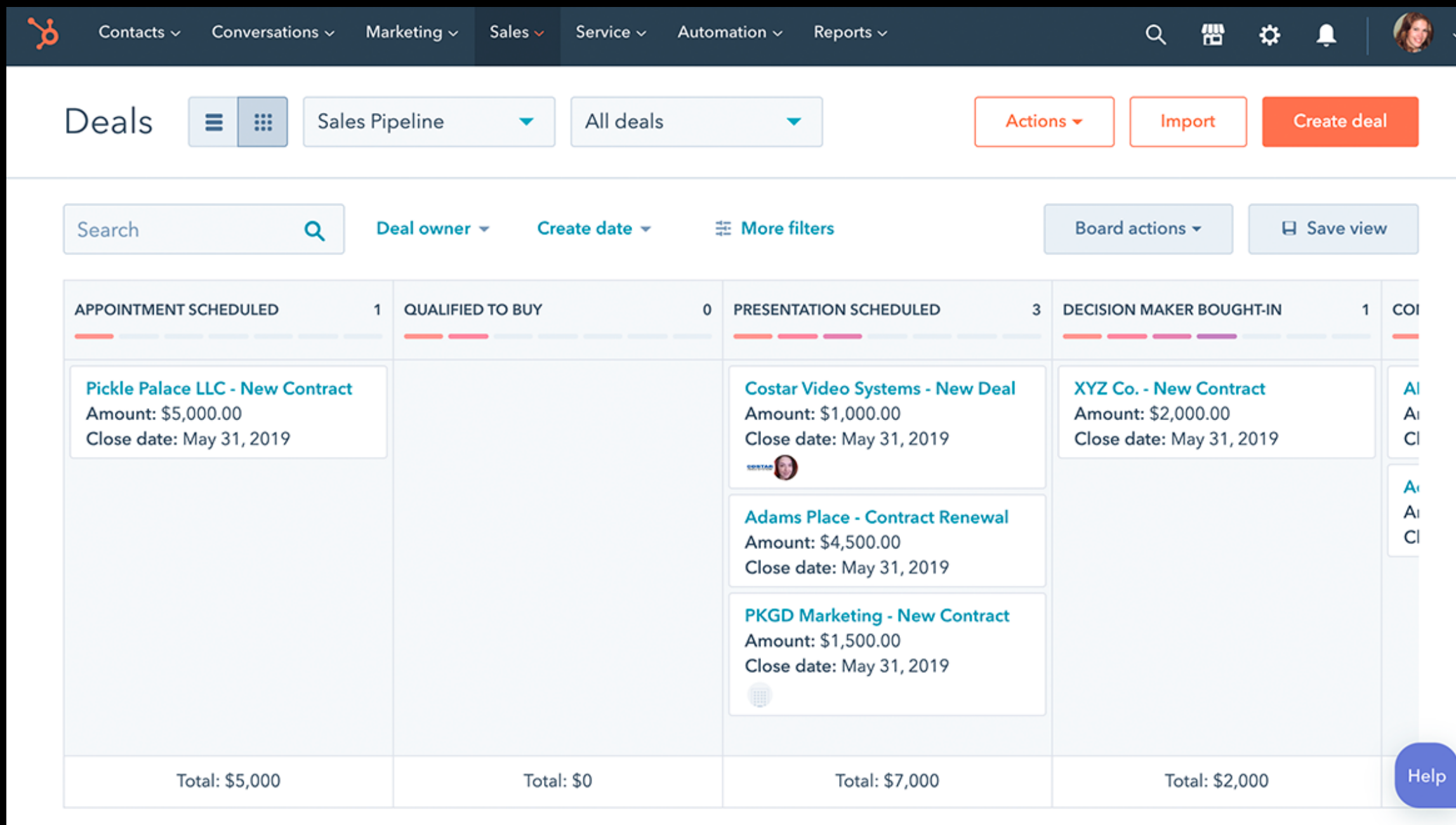
Come fa una MQL a diventare SQL

Lead Scoring

- Engagement
- Demographics
- ABM
- Online behavior



Ogni Opportunity ha Deal



The screenshot displays a CRM interface for managing sales deals. The top navigation bar includes tabs for Contacts, Conversations, Marketing, Sales, Service, Automation, and Reports. The main header shows 'Deals' with a sidebar menu, a 'Sales Pipeline' dropdown, and buttons for 'Actions', 'Import', and 'Create deal'. Below the header, there's a search bar and filters for 'Deal owner', 'Create date', and 'More filters'. The main area is a Kanban board with four stages: 'APPOINTMENT SCHEDULED' (1 deal), 'QUALIFIED TO BUY' (0 deals), 'PRESENTATION SCHEDULED' (3 deals), and 'DECISION MAKER BOUGHT-IN' (1 deal). Each stage contains deal cards with details like company name, amount, and close date. A 'Total' row at the bottom summarizes the values for each stage. A 'Help' button is visible in the bottom right corner.

APPOINTMENT SCHEDULED	1	QUALIFIED TO BUY	0	PRESENTATION SCHEDULED	3	DECISION MAKER BOUGHT-IN	1	COI
Pickle Palace LLC - New Contract Amount: \$5,000.00 Close date: May 31, 2019			Costar Video Systems - New Deal Amount: \$1,000.00 Close date: May 31, 2019 Adams Place - Contract Renewal Amount: \$4,500.00 Close date: May 31, 2019 PKGD Marketing - New Contract Amount: \$1,500.00 Close date: May 31, 2019		XYZ Co. - New Contract Amount: \$2,000.00 Close date: May 31, 2019			
Total: \$5,000		Total: \$0		Total: \$7,000		Total: \$2,000		

Tracciare Closed Won

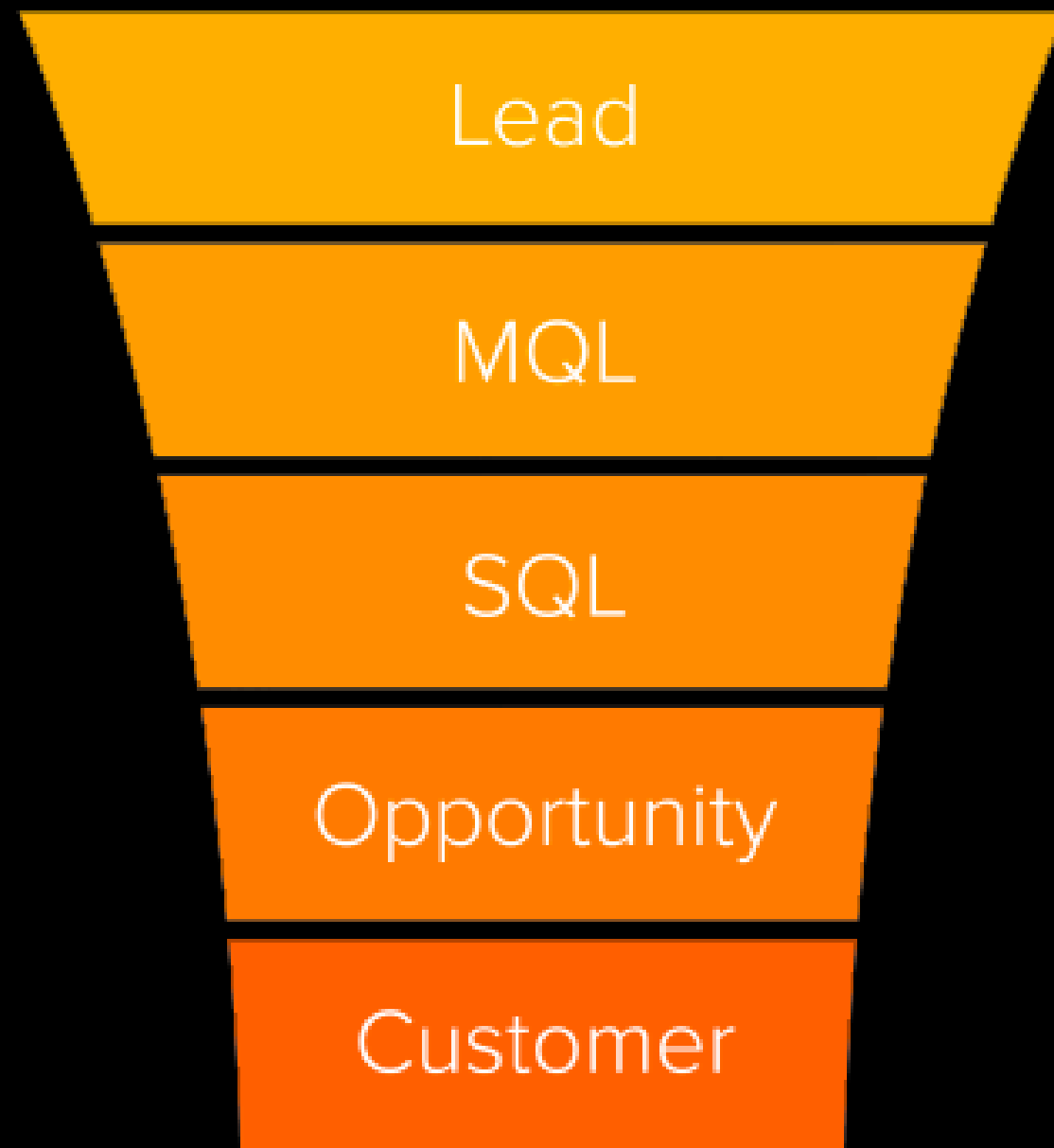
Closed lost reasons

Note sales

Registrazioni call

Learnn

Esempio negozio ottica



100 lead hanno fatto il test "Scopri che occhiale sei"

70 hanno scaricato il buono sconto 50€

- se hanno scaricato sono più interessati ad acquistare
- grazie ai dati presi nel test, hanno lead scoring di > 50 (>SQL)

3 hanno fissato appuntamento con team sales per andare in negozio

3 si presentano all'appuntamento in negozio. 2 comprano, l'altro non ancora perché deve sentire welfare aziendale. Si apre negoziazione.

3 comprano. Diamo codice sconto da usare entro 1 mese per familiare.

Learnn

Esempio negozio ottica - Dropoff

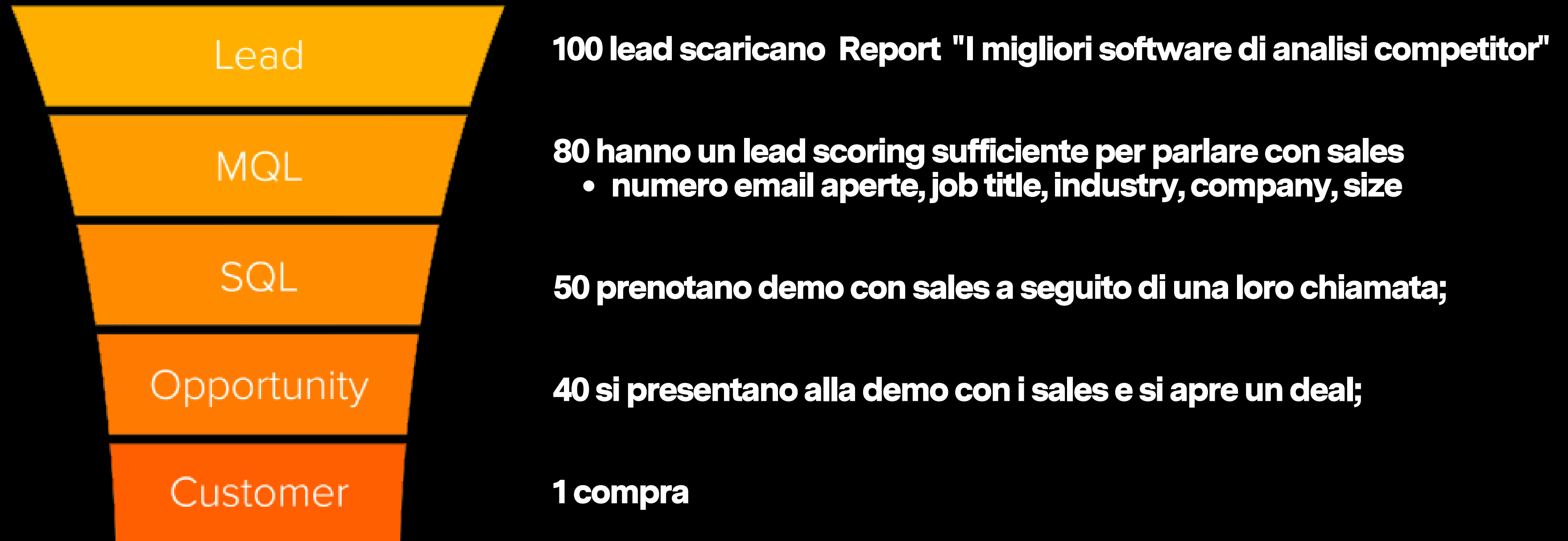
Solo il 4% delle MQL diventa SQL

Cosa succede?



- **CTA per appuntamento nascosta;**
- **La email finisce in spam;**
- **Il link per prenotare appuntamento non funziona;**
- **Si potrebbe testare Whatsapp?**
- **Le lead sono di bassa qualità e occorre inserirle in un flusso di nurturing**

Esempio B2B



Learnn

Esempio B2B - Dropoff

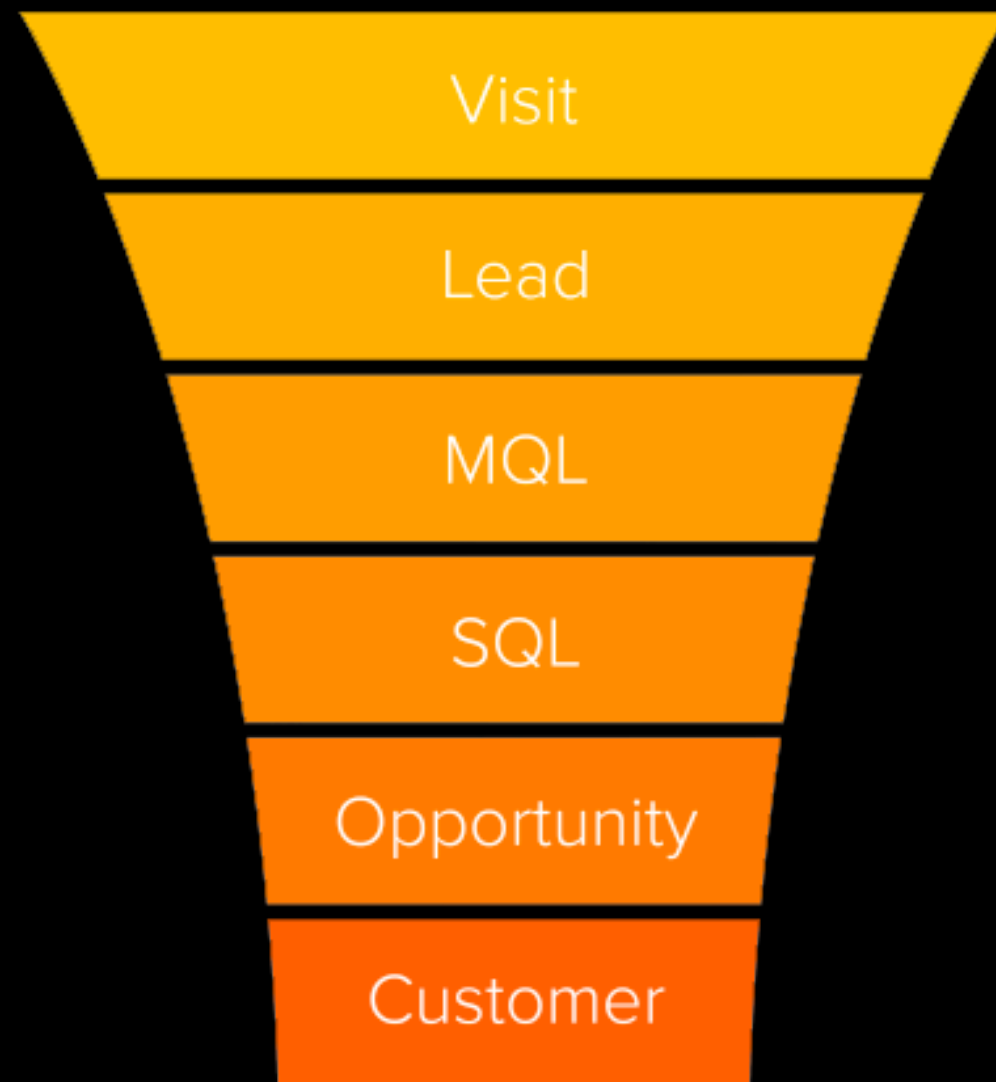


Solo il 2,5% delle Opportunities diventa Customer.

Cosa succede?

- **La Demo non è efficace. C'è problema tecnico?**
- **Il sales presenta bene il prodotto? Occorrono training?**
- **Ci sono competitors molto più forti nel mercato?**

Azienda senza storico e con pochi contatti

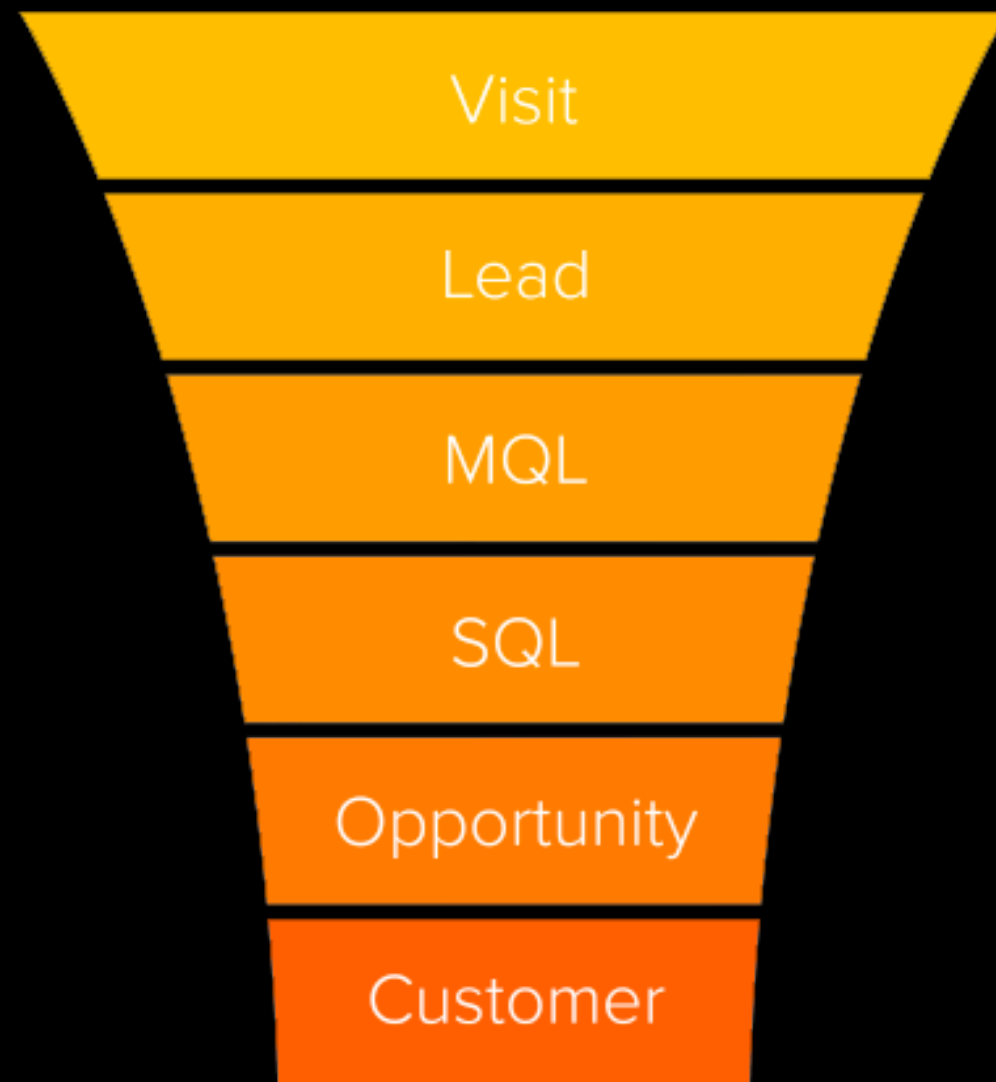


**Focus su fase investimento:
generazione lead**

Start simple - no tanti step

Learnn

Azienda senza storico e con pochi contatti



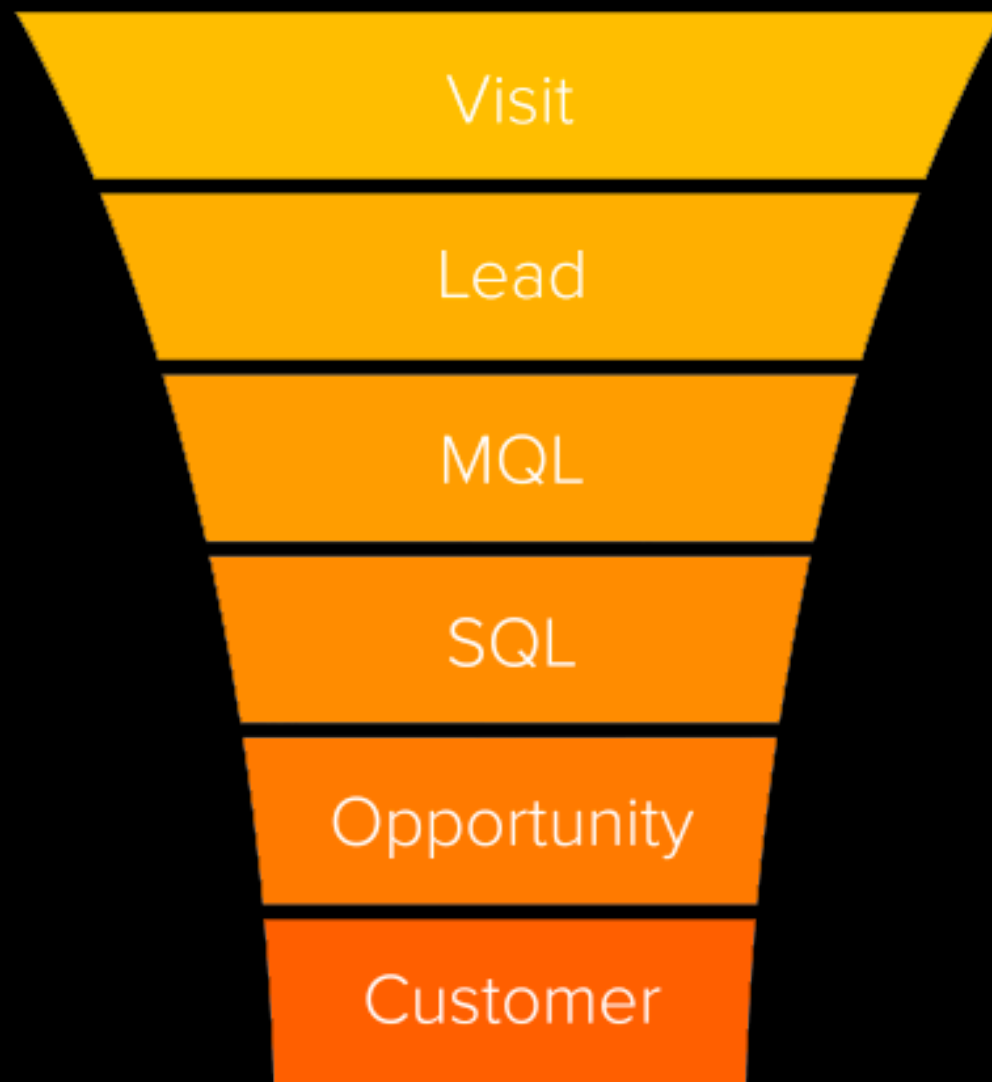
Imposta i metriche corrette e testa

Partecipa alle chiamate e incontri con i sales

Imposta processi di allineamento tra sales e mkt

Learnn

Azienda tanto storico e CRM con migliaia di contatti

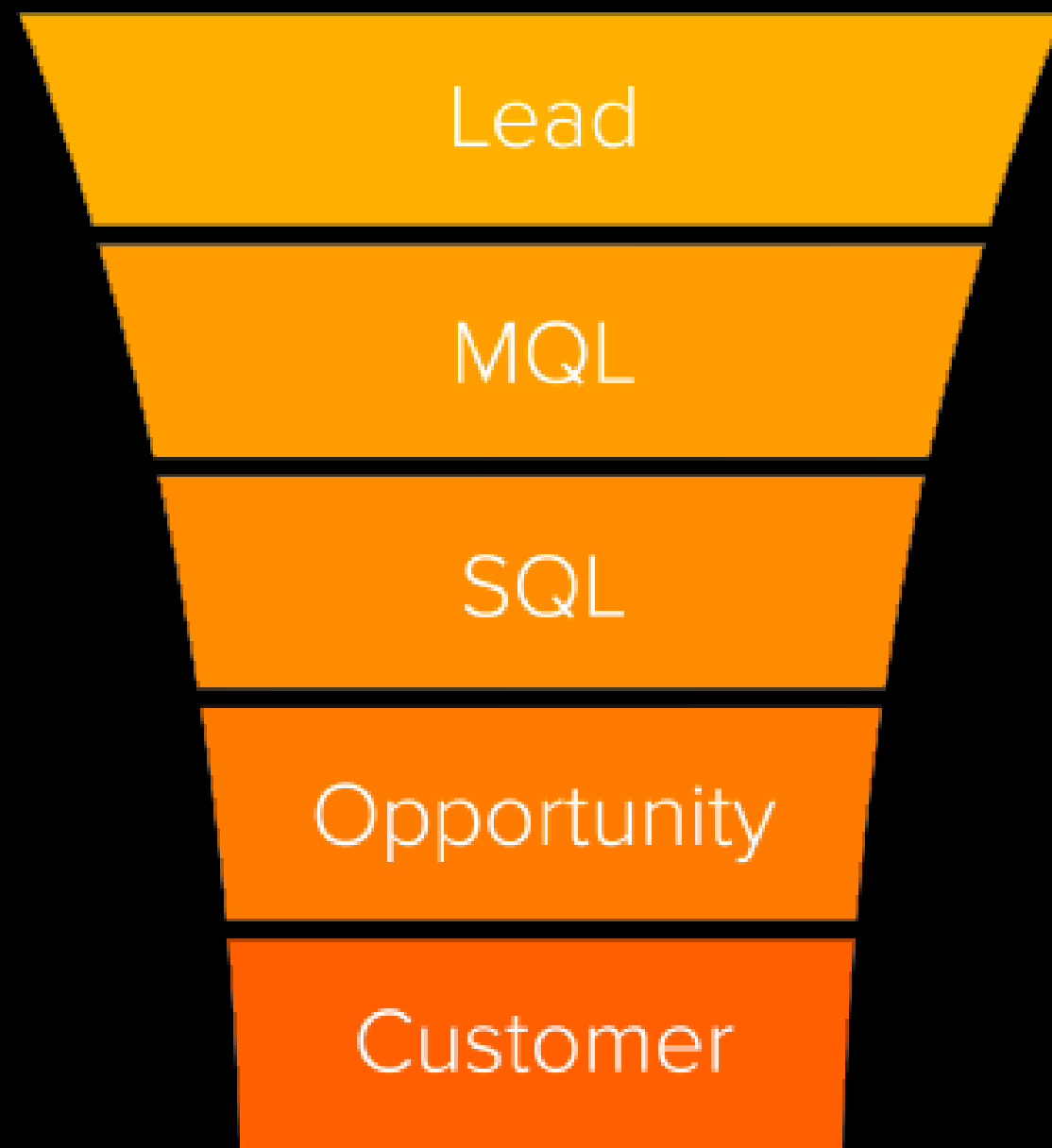


Focus su fase Capitalizzazione:

- **upselling**
- **crossselling**
- **riattivazione lost customers**

Learnn

Azienda tanto storico e CRM con migliaia di contatti



Seconda priorità: fase monetizzazione per ottimizzare spesa già fatta.

- **convertire MQL / SQL / Lost opportunities nel funnel**

- **Closed lost con offerta speciale.**

Learnn



Learnn

Cosa abbiamo visto:

1. Contesto
2. CRM per Sales
3. Sales Funnel
4. Strategy

Grazie!



Giulia Forghieri

**Product Marketing Manger
@Talent Garden**

Learnn

Q&A

Learnn