

Progettazione di un **sistema CRM** con flussi, segmenti e KPI

Esercitazione 2 – Modulo 6

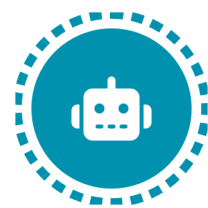
Introduzione all'esercizio di progettazione di un sistema CRM data-driven e automatizzato per una piattaforma di corsi online.



Segmentazione



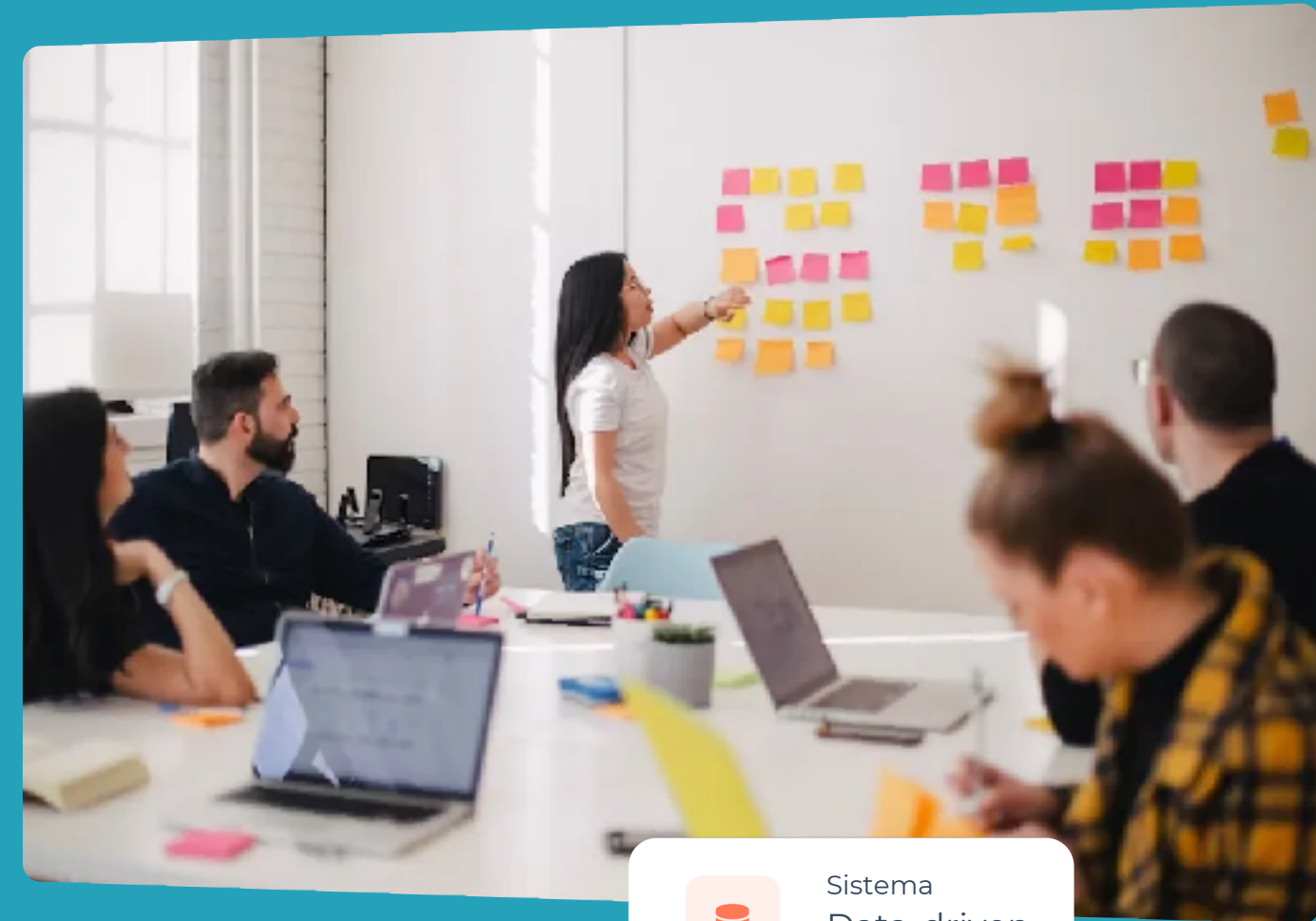
Funnel



Automazioni



KPI



Sistema
Data-driven

Servizio Offerto da SkillTime

SkillTime è una piattaforma online che offre corsi di formazione professionale certificata, destinati sia a privati (B2C) che a aziende (B2B).

B2C (Business to Consumer):

- Corsi online per freelancee disoccupati, che cercano di migliorare le proprie competenze in vari ambiti (marketing, programmazione, gestione aziendale, ecc.)
- Accesso ai corsi con certificazione finale riconosciuta
- Percorsi formativi personalizzati in base alle esigenze individuali

B2B (Business to Business):

- Corsi personalizzati per aziende, indirizzati a dipendenti e manager
- Corsi su leadership, soft skills, gestione risorse umane, ecc.
- Report e analisi per monitorare l'impatto delle formazioni aziendali
- Soluzioni formative su misura per specifiche esigenze aziendali



Formazione Certificata
Soluzioni B2C e B2B

💡 La piattaforma si rivolge sia a privati che ad aziende, con soluzioni specifiche per ciascuno. Il servizio è altamente scalabile e personalizzabile.

Simulazione della creazione di un **ecosistema CRM data-driven e automatizzato per una realtà digitale (B2C o B2B).**

Scenario applicativo:

- 1 Analisi dei bisogni della piattaforma SkillTime
- 2 Identificazione dei segmenti target principali
- 3 Progettazione di flussi automatizzati
- 4 Definizione dei KPI strategici per monitoraggio

Focus dell'esercitazione



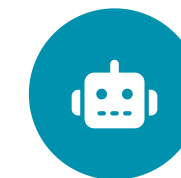
Segmentazione

Classificazione avanzata dei target B2C e B2B per comunicazioni personalizzate



Funnel relazionale

Percorsi ottimizzati per conversione e retention dei diversi segmenti



Automazioni personalizzate

Workflow automatici per migliorare l'engagement e la conversione



Monitoraggio KPI

Metriche chiave per ottimizzare continuamente strategie e risultati

💡 L'esercitazione è strutturata per simulare un progetto CRM completo, dalla segmentazione alla misurazione dei risultati, con applicazione pratica su casi reali B2C e B2B.

Fase 1 - Segmentazione Avanzata

Scenario:

Stai lavorando per SkillTime, una piattaforma che vende corsi professionali certificati sia ad aziende (B2B) che a privati (B2C).

Segmenti Definiti:

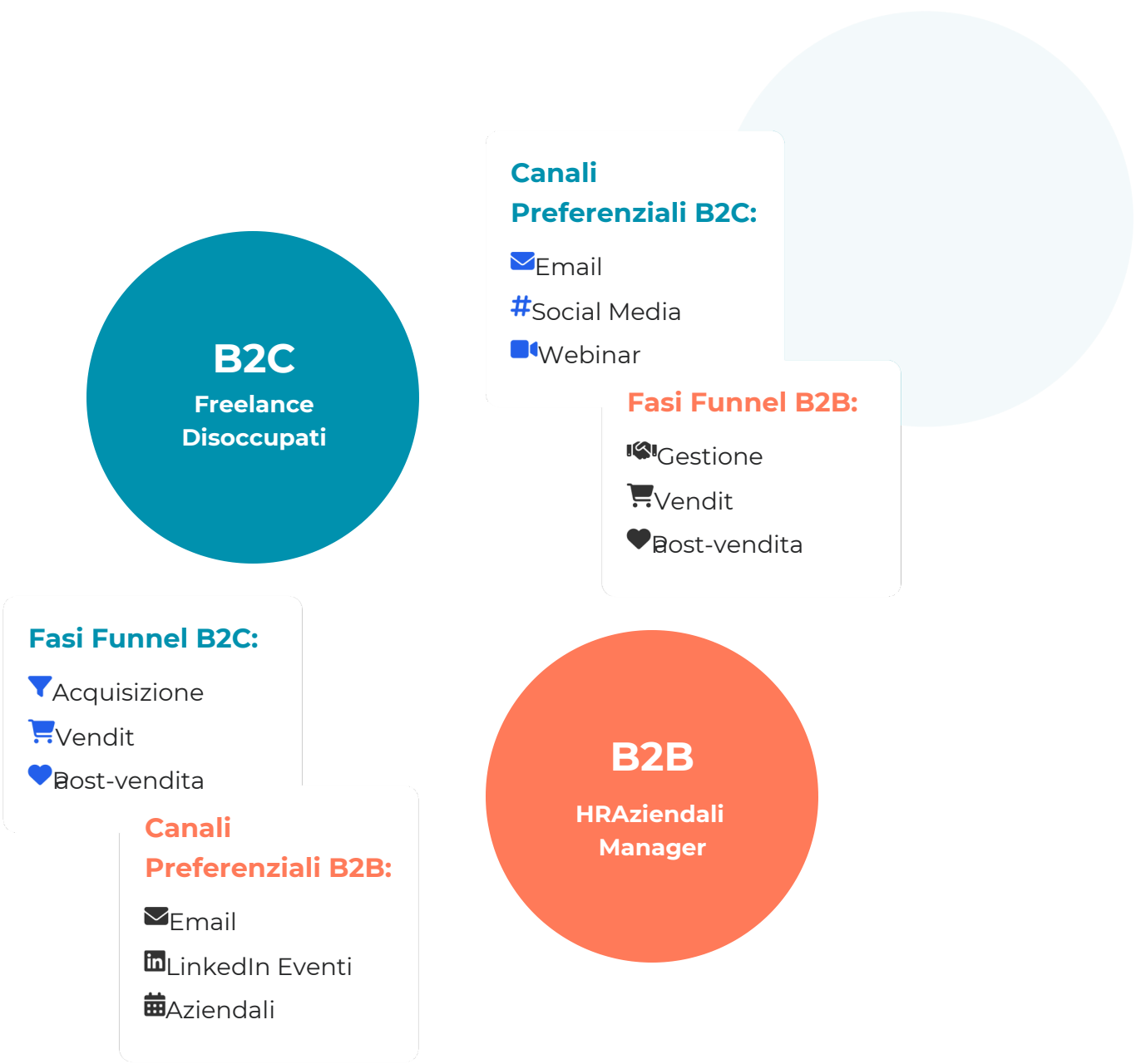
- **B2C**
 - ✓Freelance
 - ✓Disoccupati

- **B2B**
 - ✓HR Aziendali
 - ✓Manager

Dati Chiave da Raccogliere:

Per B2C: Dati demografici, preferenze formative, comportamento online (clic, pagine visitate).

Per B2B: Informazioni aziendali, richieste formative, cronologia comunicazioni.



La segmentazione è stata sviluppata per rispondere alle diverse esigenze dei target. Per i B2C, il focus è sull'acquisizione e conversione tramite canali digitali, mentre per i B2B, puntiamo maggiormente su strategie consultive e relazione a lungo termine.

Dettaglio dei Segmenti e Funnel

Segmento	Dati da raccogliere	Canale preferenziale	Fase del funnel
B2C - Freelance B2C	<ul style="list-style-type: none">Dati demograficiPreferenze formativeComportamento online (clic, pagine visitate)Livello di competenza attuale	<ul style="list-style-type: none">EmailSocial MediaWebinar	AcquisizioneVenditaPost-vendita
B2C - Disoccupati B2C	<ul style="list-style-type: none">Dati demograficiPreferenze formativeComportamento online (clic, pagine visitate)Settore di interesse per ricollocazione	<ul style="list-style-type: none">EmailSocial MediaWebinar	AcquisizioneVenditaPost-vendita
B2B - HR Aziendali B2B	<ul style="list-style-type: none">Informazioni aziendaliRichieste formative specificheCronologia comunicazioniDimensioni team HR e budget formazione	<ul style="list-style-type: none">EmailLinkedIn Eventi Aziendali	GestioneVenditaPost-vendita
B2B - Manager B2B	<ul style="list-style-type: none">Informazioni aziendaliRichieste formative specificheCronologia comunicazioniObiettivi di formazione aziendale	<ul style="list-style-type: none">EmailLinkedIn Eventi Aziendali	GestioneVenditaPost-vendita

💡 La segmentazione è stata sviluppata per rispondere alle diverse esigenze dei target. Per i B2C, il focus è sull'acquisizione e conversione tramite canali digitali, mentre per i B2B, puntiamo maggiormente su strategie consultive e relazione a lungo termine.

Fase 2 - Workflow CRM Automatica



Segmento Scelto

B2C - Freelance



Evento Trigger

Compilazione modulo iscrizione webinar gratuito

Flusso di Automazione

1 Email di benvenuto

Invio email con link al webinar

Educazione iniziale sull'argomento del webinar e link di accesso

 Fase: Educazione

Condizione

Verifica apertura email

Se l'utente apre l'email, proseguire con Step 2, altrimenti inviare promemoria

 Fase: Decisione

2 Follow-up email

Testimonianze e case study

Stimolare conversione con esempi di successo di altri freelance

 Fase: Conversione

3 Reminder acquisto

Reminder per completare l'acquisto

Incentivazione con sconto a tempo limitato e benefit esclusivi

 Fase: Incentivazione

4 Email post-vendita

Suggerimenti per corsi successivi

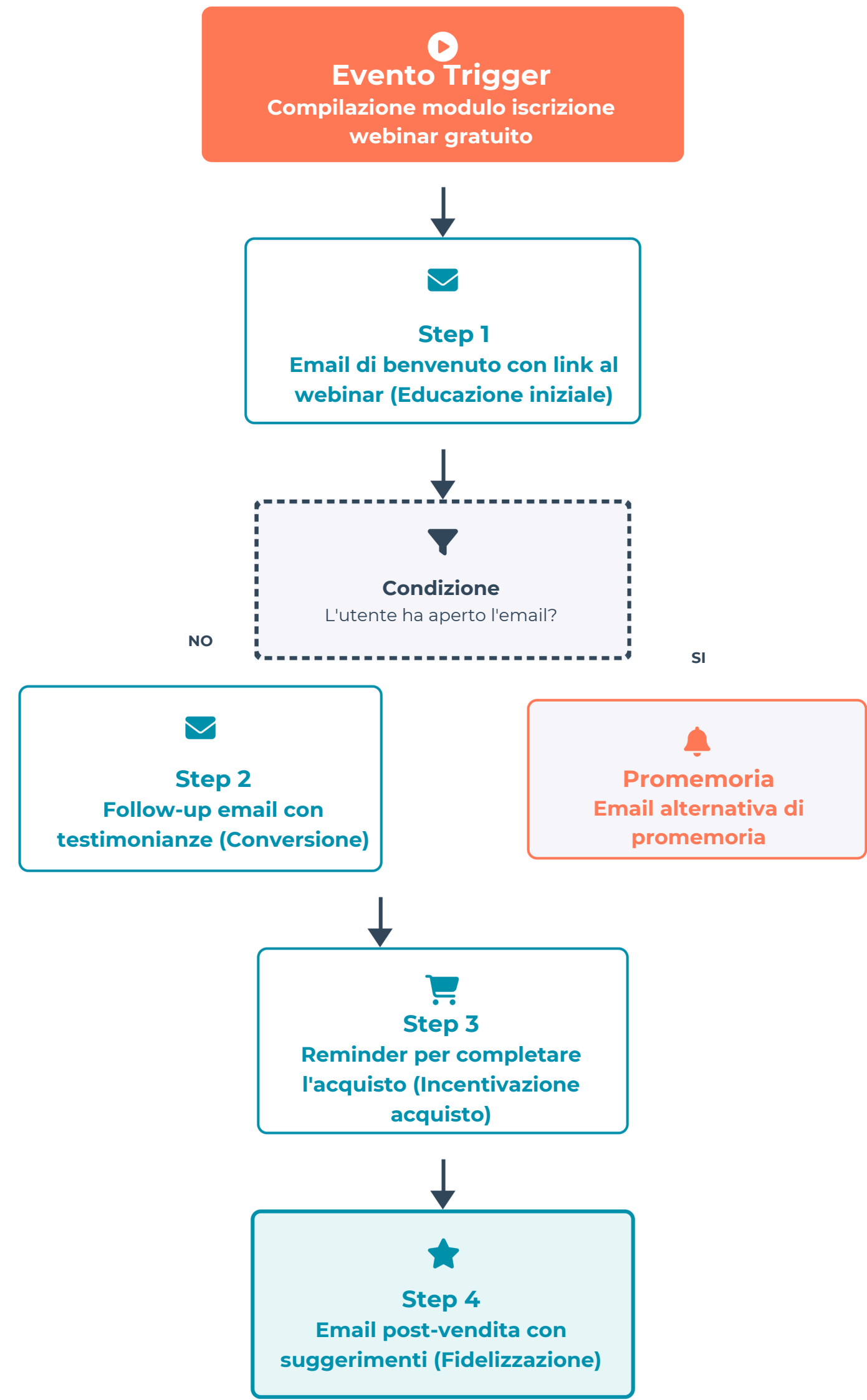
Fidelizzazione con proposte personalizzate di formazione avanzata

 Fase: Fidelizzazione



Il flusso è stato progettato per stimolare progressivamente l'interesse del cliente e aumentare le probabilità di conversione, guidando il lead attraverso ogni fase del funnel con messaggi mirati.

Flusso di automazione CRM per il segmento B2C - Freelance



💡 Il flusso mira a mantenere il lead impegnato con messaggi pertinenti e stimolanti, fino al completamento del processo di acquisto e oltre. La condizione di apertura email garantisce messaggi personalizzati in base all'engagement.

Fase 3 – KPI per Monitorare il Funnel CRM



KPI Orizzontali

Metriche trasversali per tutti i segmenti

↔ Conversione Lead–Cliente

$(\text{Numero di clienti acquisiti} / \text{Numero di lead generati}) \times 100$

📅 Frequenza: Mensile

Misura l'efficacia del funnel di conversione nel trasformare lead in clienti paganti.

💰 CPA (Cost per Acquisition)

$\text{Costo totale per acquisire un cliente} / \text{Numero di clienti acquisiti}$

📅 Frequenza: Settimanale

Valuta l'efficienza economica delle strategie di acquisizione clienti.



KPI Verticali

Metriche specifiche per segmento

🔄 Riacquisto B2C - Freelance

Percentuale di clienti che acquistano un secondo corso

📅 Frequenza: Mensile

Valuta la fidelizzazione dei freelance e l'efficacia dei percorsi formativi proposti.

🗣️ Advocacy B2B - HR Aziendali

Numero di referenze ricevute da HR Aziendali

📅 Frequenza: Trimestrale

Misura il passaparola positivo e l'espansione del network B2B attraverso referenze qualificate.



Abbiamo scelto KPI orizzontali per monitorare la performance complessiva e KPI verticali per analizzare i comportamenti specifici dei segmenti, ottimizzando ulteriormente le strategie.

KPI Dettagliati per Ogni Segmento

KPI	Come misurarlo	Frequenza di analisi	Ottimizzazione
<div> Conversione Lead-Cliente Orizzontale</div>	<p><i>(Numero di clienti acquisiti / Numero di lead generati) × 100</i></p> <p>Misura l'efficacia complessiva del funnel di conversione</p>	<div> Mensile</div>	<ul style="list-style-type: none">• Ottimizzazione contenuti e messaggi• Analisi performance canali acquisizione• Testing A/B sul timing delle comunicazioni
<div> CPA (Cost per Acquisition) Orizzontale</div>	<p><i>Costo totale per acquisire un cliente / Numero di clienti acquisiti</i></p> <p>Valuta l'efficienza economica delle strategie di acquisizione</p>	<div> Settimanale</div>	<ul style="list-style-type: none">• Ottimizzare budget campagne pubblicitarie• Riallocare risorse verso canali più performanti• Rivedere strategie di targeting e messaggi chiave
<div> Riacquisto (B2C - Freelance) Verticale</div>	<p><i>Percentuale di clienti che acquistano un secondo corso</i></p> <p>Analizza la fidelizzazione e la soddisfazione dei clienti B2C</p>	<div> Mensile</div>	<ul style="list-style-type: none">• Sviluppare offerte personalizzate su interessi precedenti• Creare percorsi formativi avanzati collegati• Implementare programmi fedeltà con sconti progressivi
<div> Advocacy (B2B - HR Aziendali) Verticale</div>	<p><i>Numero di referenze ricevute da HR Aziendali</i></p> <p>Monitora il passaparola e la soddisfazione dei clienti B2B</p>	<div> Trimestrale</div>	<ul style="list-style-type: none">• Incentivare referenze con programmi dedicati• Sviluppare email personalizzate post-formazione• Creare casi studio e testimonianze di successo

💡 Ogni KPI è stato scelto per monitorare in modo preciso i principali obiettivi CRM, con azioni ottimizzanti ben definite per migliorare le performance a livello di funnel. Gli indicatori orizzontali monitorano l'efficacia generale, mentre quelli verticali analizzano i comportamenti specifici dei segmenti.

Conclusioni

🎯 Obiettivo Finale

Ottimizzare la conversione dei lead e la fidelizzazione tramite flussi automatizzati, segmentazione avanzata e monitoraggio continuo tramite KPI.

📈 Risultati Attesi

- 👥 Maggiore personalizzazione delle comunicazioni basata sulla segmentazione avanzata
- 📈 Aumento delle conversioni tramite funnel relazionali ottimizzati per ogni segmento
- ⚙️ Ottimizzazione dei processi grazie all'automazione del workflow CRM
- 📊 Miglioramento continuo delle strategie grazie ai KPI monitorati regolarmente



Impatto Strategico del CRM



Maggiore Efficienza

Riduzione del 40% del tempo di gestione lead

Tasso di Conversione

Incremento previsto del 25% nelle vendite

Customer Retention

Aumento del 30% nel riacquisto

ROI Formazione

Incremento misurato del valore percepito

💡 Abbiamo progettato un sistema CRM scalabile che consente di monitorare e ottimizzare continuamente la gestione dei lead, portando a una conversione più alta e una fidelizzazione a lungo termine.