

Progettazione di un Sistema CRM per Aumentare il Valore, Relazioni e Retention

Esercitazione Modulo 6 – CRM per eCommerce

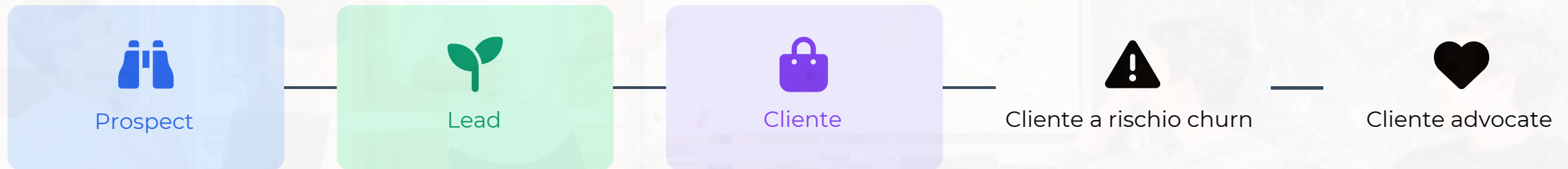


Obiettivo:

Simulare la progettazione di un sistema CRM efficace per migliorare il Customer Lifetime Value (CLTV), ridurre il tasso di abbandono (churn) e personalizzare la comunicazione con i clienti in un contesto di eCommerce.

Fase 1: Mappa Cliente

Tipologie Cliente: Prospect, Lead, Cliente, Cliente a rischio churn, Cliente advocate



Ogni tipologia di cliente richiede approcci di comunicazione e strategie CRM specifiche per massimizzare l'engagement e il valore.



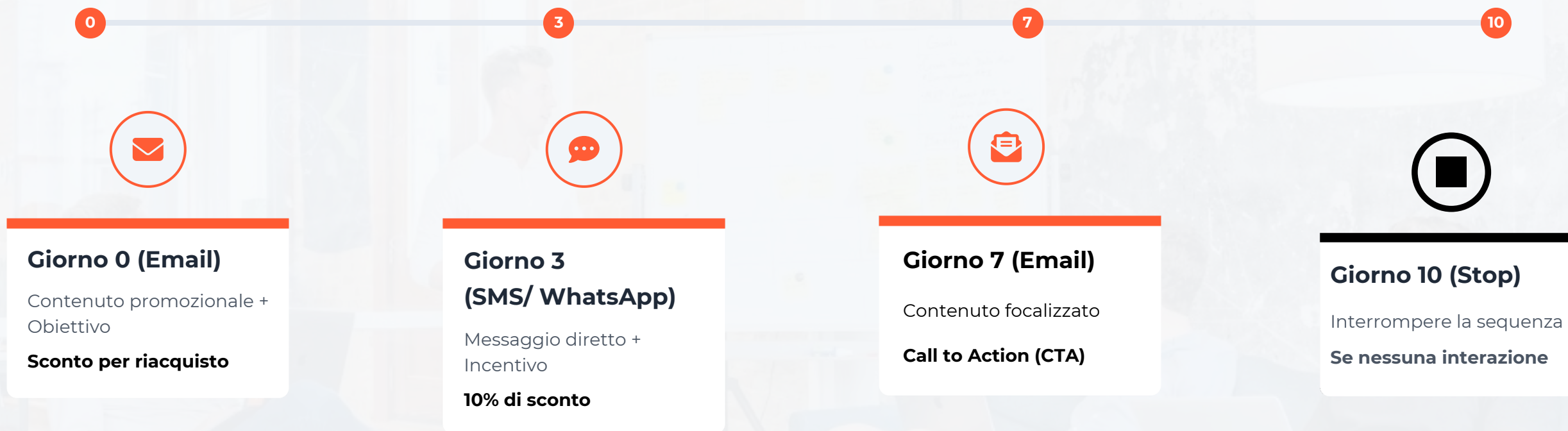
Un sistema CRM efficace permette di tracciare la posizione del cliente nel ciclo di vita e attivare automazioni

Mappa Cliente – Dettagli e Azioni CRM

Tipologia Cliente	Canale Preferenziale	Azione CRM
 Prospect	 Email	 Sconto sul primo acquisto
 Lead	 Email /  SMS	 Reminder di acquisto con offerte personalizzate
 Cliente	 Email	 Follow-up post acquisto
 Cliente a rischio churn	 SMS /  Email	 Offerta sconto per stimolare il riacquisto
 Cliente advocate	 Email /  WhatsApp	 Programma referral o invito a lasciare recensioni

Fase 2 – Disegna una Sequenza Automatizzata di Relazione

Creare una sequenza di comunicazione automatizzata per stimolare il riacquisto e ridurre il churn.



Strumenti per Automazione



HubSpot



Klaviyo

Fase 3 – Churn Analysis e Azioni Preventive

Indicatori Predittivi di Churn



Mancato login

Utenti inattivi da oltre 30 giorni



Mancato riacquisto

Nessun acquisto negli ultimi 60 giorni



Basso punteggio NPS

Score inferiore a 6 su 10

Azioni Preventive

Segnale	Azione CRM	Canale	Tono
➡ Mancato login	Invia reminder con incentivo	Email SMS	Cordiale
🛒 Mancato riacquisto	Offri sconto personalizzato	Email	Persuasivo
★ Basso NPS	Chiedi feedback	Email	Empatico



Nota:

L'intervento tempestivo sui segnali di churn può aumentare la retention del 30% e migliorare il Customer Lifetime Value (CLTV).

Esempio di Soft Spam e Conclusioni

Esempio di Soft Spam per Cliente Inattivo

Da: Il tuo eCommerce preferito

A: cliente@email.com



Ciao [Nome], ci manchi!

Torna a trovarci con uno sconto del 10% sul tuo prossimo acquisto.

Usa il codice: RIATTVA10

Acquista ora

Canale: Email/SMS

Tono: Cordiale, amichevole e incentivante

Conclusioni



Un sistema CRM ben progettato è fondamentale per migliorare la retention.



L'automazione dei processi, la personalizzazione dei messaggi e l'analisi dei segnali di churn sono strategie chiave per aumentare il CLTV.



Strumenti suggeriti:



HubSpot Klaviyo