

Vipal ha iniziato il 2021 con un nuovo strumento a disposizione di tutti i suoi team nel mondo: il programma di gestione CRM (Customer Relationship Management), sviluppato in collaborazione con Salesforce, una delle principali società di software americane per la gestione delle relazioni con i clienti. Questo nuovo sistema raccoglie tutte le informazioni sui clienti, come offerte, ordini, caratteristiche e potenziale di mercato su un'unica piattaforma. Orientato al team di vendita internazionale di Vipal e alle filiali in tutto il mondo (Africa, Argentina, Asia, Cile, Colombia, Stati Uniti, Europa, Messico, Oceania e Medio Oriente) il CRM pianifica le attività commerciali attraverso strumenti facili e veloci, focalizzati sull'ottimale esperienza quotidiana dell'utente.

Registrazione del cliente, accesso alle attività storiche svolte e nuove opportunità, registrazioni, richieste puntuali e molte altre sono le informazioni che il nuovo CRM riesce a organizzare e gestire. Le sue molte funzionalità aiutano, infatti, a migliorare l'efficienza e l'assertività, consentendo al team Vipal di fornire un servizio migliore ai clienti.

Inoltre tutti i dati registrati sulla piattaforma possono essere informazioni utili, comprese le telefonate e gli scambi di posta elettronica, che consentono di identificare opportunità di business e migliorare il rapporto con i propri clienti, oltre ad avere una visione più completa e realistica su tutte le richieste, in modo semplice e intuitivo. Attraverso un pannello di gestione, la piattaforma fornisce infatti una panoramica di tutte le opportunità, permettendo di verificare in quale fase siano arrivate e quale sia l'aggiornamento puntuale dello stato.

Per **Cristine Rigon**, responsabile amministrativo di Vipal International Team, *"L'implementazione del CRM soddisfa pienamente le esigenze dell'azienda, in quanto risponde alla funzione principale che si propone, che è quella di raccogliere le stesse informazioni in un unico posto".* "Le informazioni - continua - rappresentano oggi il patrimonio più prezioso di un'azienda, in quanto le permettono di rafforzare il business. Il team ha lodato la qualità delle funzionalità dello strumento, che è in grado di accelerare, aggiornare e assistere il servizio di gestione dei clienti".

Un altro vantaggio apportato dal nuovo CRM è stata l'integrazione tra l'ERP (sistema di pianificazione delle risorse aziendali) delle filiali e la memorizzazione di cinque anni di dati. *"Salesforce è lo strumento CRM numero uno al mondo. In questo modo, sfruttiamo al meglio tutta la nostra competenza internazionale, in termini di potere contrattuale, forza di comunicazione e controllo delle informazioni, già applicata in molti segmenti, unita alla nostra esperienza nella ricostruzione di pneumatici come leader di mercato"*, sottolinea Cristine.

