

Il Direct Marketing per migliorare la gestione della Supply Chain



“L'unico vantaggio competitivo sostenibile consiste nella capacità di apprendere e di cambiare più rapidamente degli altri”, afferma Philip Kotler, ed in questo senso le aziende dovrebbero sfruttare maggiormente le attività di Direct Marketing per migliorare la gestione della Supply Chain ed aumentare la conoscenza, i clienti e le vendite.

Il processo noto come Supply Chain è molto complesso ed articolato e richiede una pianificazione accorta ed un'attenta allocazione di risorse che rendono l'azienda più efficiente e pronta a rispondere alle esigenze dei clienti e di tutti gli altri stakeholder.

Tale processo comincia con la scelta delle materie prime e dei fornitori, continua con la realizzazione del prodotto e termina con la fornitura al cliente finale: un iter diviso in vari step e che coinvolge diverse attività, informazioni, risorse e figure professionali.

Il Supply Chain Management (SMC) è, quindi, l'organizzazione ed il coordinamento dei vari step, così da migliorare le prestazioni e l'efficienza dell'intero flusso aziendale:

1. Marketing;
2. Rapporti con i Fornitori ed Approvvigionamenti;
3. Gestione e magazzinaggio delle materie prime;
4. Produzione e stoccaggio delle scorte di prodotti finiti;
5. Vendite ed ordini d'acquisto;
6. Logistica delle consegne e di ritorno;
7. Customer care ed assistenza.

Una supply chain efficiente e ben organizzata comporta un grande vantaggio competitivo, in quanto permette di ottimizzare le risorse a disposizione, evitare gli sprechi ed essere più veloci nel soddisfare le richieste dei clienti. Proprio per questo, sempre più aziende, nell'ambito di un Programma di Gestione Integrato (ERP) decidono di ricorrere all'outsourcing di attività di Direct Marketing (DM) in grado, per la loro specificità, di integrarsi e migliorare la Supply Chain, producendo informazioni strategiche per far crescere la conoscenza dei mercati, migliorando la relazione con clienti effettivi e potenziali, aumentando le vendite ed i relativi profitti.

Se lo scopo primario del SCM è quello di massimizzare il livello di servizio al cliente finale, ottimizzando contestualmente i costi operativi e il capitale impegnato, quello del DM è la definizione e comunicazione di offerte che abbiano valore per i clienti e gli altri stakeholder.

In tutti gli step della supply chain le attività, che possono riguardare l'approvvigionamento, la logistica, la promozione dell'offerta e la lead generation e conversion, richiedono pianificazione e coordinamento con le varie funzioni aziendali, ma anche professionalità specifica per "avvicinare" la domanda all'offerta e sfruttare il patrimonio di dati ed informazioni di feedback.

Tale capacità di apprendere e di adeguare i processi e le attività consentirà di migliorare le previsioni sulla domanda, la pianificazione e la promozione dell'offerta, l'integrazione delle attività e la collaborazione tra produzione, logistica e marketing.



Testiamo le attività di Direct Marketing per garantire



Risparmio di tempo



Riduzioni dei costi



Diminuzione dei rischi



Nuove opportunità

Staff&Call realizza servizi integrati di CRM, Lead Management e Ricerca, volti a rilevare efficacemente dati e informazioni di mercato, gestire le relazioni con clientela effettiva e potenziale e fornire il supporto alle reti commerciali, in tutte gli step della Supply Chain.

Dall'analisi della customer experience alle call to action, dal profiling all'engagement, offriamo un mix di professionalità e tecnologie per realizzare, in modo personalizzato, attività e soluzioni integrate di Direct Marketing con risultati commerciali tangibili e dati funzionali alle scelte strategiche e tattiche del management.

Tutte le nostre attività e campagne sono testate sul campo affinché siano massimizzate sinergie ed economie di scala e ridotti i rischi economici e di investimento.

La scelta dei canali di comunicazione, le funzionalità di controllo, quadratura, gestione delle obiezioni e relazione con gli interlocutori vengono valutati e scelti per assicurare una corretta ed efficace esecuzione delle attività, liberando funzioni e risorse aziendali e consentendo loro di concentrarsi sulla finalizzazione e la creazione del valore.

I risultati dei test specifici supportano, inoltre, la riorganizzazione dell'approccio commerciale e la gestione dei processi di vendita, di CRM e di Lead management, trasferendo il know how acquisito per generare nuove soluzioni di sviluppo del business.

Per informazioni più dettagliate chiama il Numero Verde 800 973 058 o compila il form sul sito www.staffcall.it