

SUCCESS STORY

Benincà Group sceglie SugarCRM per ottimizzare i processi di gestione di una clientela globale ed eterogenea

BENINCA
TECHNOLOGY TO OPEN

La storia inizia nel 1979 su iniziativa dei fratelli Benincà con la costituzione dell'omonima azienda storica specializzata in automatismi per porte e cancelli. Nel corso degli anni, l'attività cresce sfruttando le opportunità del mercato e integrando nuove soluzioni, con un progressivo ampliamento dell'offerta. Questo avviene con la creazione di nuove realtà imprenditoriali, che oggi danno vita all'attuale struttura di gruppo.

Il gruppo viene costituito nel 2009, con sei aziende – la capogruppo **Automatismi Benincà**, **CAB**, specializzata in automatismi per porte, portoni e cancelli; **Hi-Motions**, accessori per cancelli; **RISE**, dissuasori automatici, tornelli e varchi pedonali; **BYOU**, kit di automazioni per il mercato fai da te e **Myone**, porte automatiche battenti e scorrevoli – e 11 filiali commerciali nel mondo: Bulgaria, Francia, India, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Spagna, Stati Uniti, Repubblica Dominicana e Australia. La rete di vendita comprende distributori specializzati, installatori, aziende costruttrici di porte, cancelli, serramentisti e specialisti in ambito sicurezza.

Industria ///


Produzione

Localizzazione ///

Sandrigò (VI), Italia

Sito Web ///

www.beninca.com



Negli anni, l'approccio di gruppo ha fatto emergere sempre di più la necessità di una gestione integrata delle informazioni. Quando è nata l'idea di adottare una soluzione CRM, alla base c'era la ferma convinzione che la condivisione delle attività e delle opportunità potesse migliorare ulteriormente le sinergie che caratterizzano il gruppo.

La scelta del software CRM

L'analisi è partita dalla necessità di migliorare alcuni aspetti di condivisione delle informazioni, stimolata dalla rapida crescita in termini sia di volumi di vendita sia di struttura interna, visto che dal 2020 sono entrate in azienda più di 30 nuove persone, soprattutto in area commerciale o nell'assistenza ai clienti.

Questa evoluzione ha rafforzato ulteriormente l'esigenza di uno strumento in grado di gestire in modo completo tutte le informazioni lato cliente, di condividerle tra i diversi dipartimenti (marketing, vendite, assistenza post vendita), quindi di consentire una gestione integrata e allo stesso tempo flessibile, in grado di adattarsi ai cambiamenti che il gruppo si trova ad affrontare nel suo percorso di crescita.

La valutazione è cominciata all'inizio del 2020 e ha coinvolto più fornitori. In passato c'era già stata una breve esperienza con un CRM, per cui la scelta dei fornitori si è basata su aspetti come la flessibilità e la capacità di integrazione con il sistema gestionale, che era stato da poco sostituito.

La valutazione di SugarCRM è arrivata dopo aver conosciuto OpenSymbol, un'azienda di Vicenza che è stata segnalata da Luigi Benincà, uno dei due fondatori dell'azienda.

“OpenSymbol ha raccolto le nostre esigenze e ci ha proposto SugarCRM come soluzione, sia per la compatibilità con il sistema gestionale sia per la possibilità di ampia personalizzazione di alcuni moduli” spiega Valentina Ambrosini, Marketing Manager di Benincà Group.

Una volta valutate e confrontate le diverse soluzioni, “è stato scelto SugarCRM per l'interfaccia estremamente intuitiva, le ampie possibilità di personalizzazione e per la disponibilità, la competenza e la professionalità dei consulenti di OpenSymbol, con cui ci siamo trovati immediatamente in sintonia, anche per la scelta della soluzione cloud con la collaborazione della direzione IT dell'azienda” conclude Valentina Ambrosini.

L'implementazione di SugarCRM

La precedente esperienza negativa con un software CRM ha permesso di evitare gli errori del passato e di focalizzare l'implementazione sulle funzionalità più importanti per il gruppo. Quindi, l'attività è partita da una definizione precisa degli utenti chiave che ha coinvolto tutto il gruppo di lavoro nella creazione di una lista delle funzionalità necessarie, per fare in modo che il nuovo flusso di gestione delle informazioni fosse ampiamente condiviso all'interno dell'azienda.

“OpenSymbol ha raccolto le nostre esigenze e ci ha proposto SugarCRM come soluzione, sia per la compatibilità con il sistema gestionale sia per la possibilità di ampia personalizzazione di alcuni moduli.”

- VALENTINA A.
Marketing Manager, Benincà Group

Il passo successivo è stato l'individuazione di una figura interna responsabile della formazione, con l'obiettivo di creare un processo di adozione condiviso, uniforme, ma anche personalizzato in base alle esigenze individuali. Durante questa fase di formazione e confronto tra gli utenti e le figure coinvolte nei nuovi processi del CRM è stato possibile focalizzare ulteriormente l'implementazione, grazie all'esperienza dei dipendenti coinvolti.

A valle di questa attività è iniziata la redazione di un manuale interno che riassume tutte le decisioni in merito all'architettura del sistema e documenta tutti i nuovi flussi di gestione delle informazioni, perché diventino un patrimonio aziendale e possano essere condivisi in modo ancora più ampio all'interno dell'organizzazione.

Una volta conclusa la fase di analisi degli obiettivi e personalizzazione del software, è iniziato il vero e proprio progetto CRM. Per poter seguire in modo più efficace il processo di implementazione il progetto è stato diviso in tre fasi distinte, di cui sono state completate le prime due fasi, mentre la terza fase, che prevede l'integrazione delle offerte e dei ticket di assistenza, verrà completata entro un paio di mesi.

In questo momento, la visione unica del cliente e delle opportunità di vendita ha permesso di iniziare a impostare sia attività ricorrenti che di monitoraggio e i primi risultati positivi fanno già intuire come potranno cambiare le possibilità di analisi e di conseguenza la qualità del servizio alla fine del progetto.

OpenSymbol ha affiancato il team interno con diverse figure che hanno aiutato a mettere a fuoco le esigenze, analizzare la situazione e impostare il prototipo e poi ad adattare e integrare il CRM con i sistemi dell'azienda.

“In tutte le fasi del progetto, le persone si sono dimostrate competenti, disponibili e professionali, è stata una collaborazione davvero strategica” spiega Valentina Ambrosini “abbiamo potuto sfruttare le best practices del partner per ottimizzare i nostri processi”.

I punti di forza di SugarCRM

L'adozione del CRM ha ridotto la ridondanza di alcune operazioni e ha contribuito all'impostazione di nuove attività, allo stesso tempo ha permesso di definire regole comuni e condivise per la loro gestione. Il CRM, infatti, porta ad un modo di lavorare condiviso che si basa su attività ricorrenti: anche se questo all'inizio viene percepito come un di più rispetto alla normale operatività, nel medio e lungo periodo i risultati fanno comprendere come un lavoro più strutturato aiuti a ridurre la complessità generale migliorando le performance di tutti.

“Un esempio pratico di questi vantaggi è la gestione di una fiera di settore a Norimberga, durante la quale è stato utilizzato il nuovo flusso di gestione dei contatti tramite l'app di scansione dei biglietti da visita collegata con il CRM, che ha permesso di raccogliere i dati con maggiore rapidità e quindi di distribuire la gestione dei prospect ed effettuare il follow up immediatamente dopo la conclusione dell'evento, con ottimi risultati” racconta la Marketing Manager, Valentina Ambrosini.

“In passato, la stessa attività – gestita con il tradizionale supporto cartaceo – causava difficoltà di comprensione dei dati inseriti e questo rallentava tutto il processo, con l'inevitabile perdita di opportunità a causa di una gestione non organizzata dei prospect”.

“In passato, la stessa attività causava difficoltà di comprensione dei dati inseriti e questo rallentava tutto il processo, con l'inevitabile perdita di opportunità a causa di una gestione non organizzata dei prospect.”

- VALENTINA A.

Marketing Manager, Benincà Group

Oggi sono state integrate tutte le attività che riguardano il catalogo prodotti, con la possibilità di gestire le offerte e monitorare le opportunità, compresa la gestione dei lead e delle attività connesse. Inoltre, è stato integrato MailChimp per le campagne di lead generation.

Il miglioramento della gestione dei prospect rispetto al passato è evidente, e questo ha anche permesso di iniziare un'attività di presidio di tutti coloro che entrano in contatto con una delle aziende del gruppo indipendentemente dal modo in cui questo avviene, a vantaggio di tutti i brand.

In particolare, la struttura di marketing ha utilizzato le nuove funzionalità per migliorare il supporto alle attività commerciali con l'investimento su campagne di brand awareness con obiettivi precisi di lead generation.

“Prima dell'adozione del CRM era difficile pensare a una connessione così stretta tra le attività marketing e di vendita, perché non esisteva uno strumento che permettesse di lavorare a quattro mani e di tarare le attività per raggiungere obiettivi sempre più precisi e condivisi. È un vero successo” conclude Valentina Ambrosini.

SugarCRM consente a Benincà Group di fornire un servizio più completo ai clienti attraverso la fornitura di più soluzioni diverse, con la stessa garanzia della solidità offerta da un gruppo internazionale. Una visione di gruppo che deve essere perseguita anche a livello di qualità del servizio, ed è proprio qui che il CRM diventa fondamentale con la gestione centralizzata del cliente e la valutazione delle sue potenzialità in ottica di gruppo.

OpenSymbol
impresoftgroup

SUGAR PARTNER

Forte di 18 anni di esperienza, OpenSymbol è la prima CRM Company italiana. Con un team di 120 persone è strutturata per offrire soluzioni CRM end to end, fornendo sia la consulenza per impostare una strategia orientata al cliente, sia per implementare la tecnologia più adatta alle esigenze specifiche. Unico Elite Partner di SugarCRM in Italia, opera principalmente nei settori Manufacturing, Automotive, Insurance, Fintech. Settori nei quali, insieme ad altri, ha implementato finora più di 300 progetti di successo.

www.opensymbol.it // marketing@opensymbol.it

Informazioni su SugarCRM

SugarCRM è la piattaforma che permette al marketing, al commerciale e all'assistenza tecnica di avere un'immagine completa e chiara di ogni cliente, contribuendo in maniera sostanziale a migliorare i risultati sia come obiettivi che come livelli di prevedibilità degli stessi. Sugar è la piattaforma CRM che rende semplici le cose più complicate.

Migliaia di aziende in oltre 120 paesi si affidano a Sugar per ottenere una piattaforma di Customer Experience ad alta definizione, lasciando che sia la stessa piattaforma a svolgere tutto il lavoro. Con sede nella Silicon Valley, Sugar può contare sul supporto e gli investimenti di Accel-KKR.

Per saperne di più visita www.sugarcrm.com/it o segui [@SugarCRM](https://twitter.com/SugarCRM).



Let the platform do the work

NORTH AMERICA

LATIN AMERICA

EUROPE

ASIA-PACIFIC