sugarcrm

SUCCESS STORY

Grizzly sceglie SugarCRM per sostenere la strategia di vendita diretta

GRIZZLY

Grizzly viene fondata nel 1979 da Luciano Marchesi per progettare e produrre macchine per la pulizia industriale. L'attività comincia con una linea di aspiratori per solidi e liquidi, che vengono prima affiancati da una gamma di lavapavimenti e poi da una di detergenti industriali di alta qualità attraverso la divisione Chemigrizzly, per offrire alla clientela un servizio completo, professionale e qualificato.

Fin dai primi passi, Grizzly si è voluta mettere sul mercato con un posizionamento definito, quello dell'assoluta qualità dei prodotti, che ha dettato le regole per la formula imprenditoriale.

Tutti i prodotti vengono progettati all'interno dell'azienda partendo dall'ascolto quotidiano delle esigenze degli utenti, con la collaborazione di professionisti di diverse discipline, tra cui designer che hanno firmato oggetti conosciuti a livello mondiale per il loro aspetto estetico e la loro funzionalità.

Industria ///

Fabbricazione di macchine per la pulizia

Localizzazione ///

Grassobbio (BG), Italia

Sito Web ///

www.grizzly.it

La struttura Grizzly è flessibile e veloce, questo consente all'azienda di scegliere e impiegare le tecnologie migliori e più adatte per raggiungere un determinato obiettivo e soddisfare le esigenze del mercato. Nel corso della sua storia Grizzly ha impiegato – e utilizza ancora oggi – tutti i sistemi di stampaggio della plastica, numerose tecnologie di trasformazione dei metalli e il meglio offerto da elettromeccanica ed elettronica.

Grizzly inoltre è un'azienda green: i nuovi modelli sono compatibili con i vecchi accessori, mentre tutti i macchinari sono progettati con una logica modulare, di modo che in caso di usura è sufficiente sostituire solo l'elemento interessato. Grizzly ha al centro della sua strategia la progettazione di prodotti durevoli e che semplificano la gestione del servizio di assistenza, offerto per tutti i clienti in maniera centralizzata, rapida ed efficace.

La strategia di vendita diretta con una rete di agenti

Grizzly ha scelto sin dall'inizio una strategia di vendita diretta con una rete di agenti con il compito di fare una vera e propria prova dell'aspiratore o della lavapavimenti nello stesso ambiente in cui verrà utilizzato, presentando nei dettagli il modo in cui risolve il problema. Una strategia che è la più adatta alle caratteristiche della produzione personalizzata, di nicchia e di altissima qualità, dell'azienda.

Nel corso degli anni, oltre 140.000 aziende in tutta Europa hanno scelto i prodotti Grizzly, questo rappresenta non solo un'ottima referenza per i prodotti, ma anche la conferma dell'efficacia del metodo di vendita diretta, supportato da strategie di marketing differenziate per canale e per tipologia di clientela.

Una strategia efficace, che aveva il limite nella sua natura totalmente analogica, visto che il database veniva aggiornato attraverso i report cartacei degli agenti. Anche la crescita del numero dei lead legata al successo delle strategie di marketing digitale veniva rallentata dall'esigenza di dover comunicare i dati attraverso il telefono a venditori costantemente in mobilità, con le difficoltà tipiche di questa situazione.

La trasformazione digitale e la scelta del software CRM

La necessità di avere uno strumento in grado di trasformare la comunicazione tra il marketing e le vendite era già evidente quando si è scatenata la pandemia, che ha impedito le visite fisiche e quindi ha accelerato il processo forzando la trasformazione digitale dell'azienda.

Il management Grizzly, che oggi vede la presenza della seconda generazione della famiglia Marchesi, aveva già fatto negli anni precedenti un primo passo in direzione del CRM affidando allo stesso fornitore del software gestionale lo sviluppo di una soluzione web, con scarso successo presso la rete di vendita, che non utilizzava lo strumento.

A questo punto, la decisione è stata quella di investire su una vera soluzione CRM.

La valutazione ha coinvolto le principali soluzioni CRM; OpenSymbol ha presentato SugarCRM, che è sembrato subito più adatto alle esigenze di vendita B2B, anche per le possibilità di ampia personalizzazione dei moduli.

> **"Qui lo staff di OpenSymbol ha fatto la differenza, perché ha ascoltato tutte le esigenze, è entrato nello spirito dell'azienda e ha tradotto tutto questo nel sistema SugarCRM."**
>
> **- NICOLETTA P.**
> responsabile delle attività di marketing e della comunicazione con la rete di vendita Grizzly

L'implementazione di SugarCRM

SugarCRM ha dato immediatamente la sensazione di essere un CRM che, con un minimo di formazione, poteva essere utilizzato anche da chi non ha molta confidenza con gli strumenti digitali attraverso un'app per smartphone in modo tale da ridurre la barriera tecnologica all'ingresso.

Secondo Nicoletta Perricone, responsabile delle attività di marketing e della comunicazione con la rete di vendita Grizzly: "Qui lo staff di OpenSymbol ha fatto la differenza, perché ha ascoltato tutte le esigenze, è entrato nello spirito dell'azienda e ha tradotto tutto questo nel sistema SugarCRM".

L'evoluzione rispetto al passato, dove la vita del marketing e delle vendite dipendeva dalla gestione di centinaia di fogli elettronici pieni di informazioni, che nella maggior parte dei casi venivano stampati, è stata subito evidente.

I punti di forza di SugarCRM

"L'introduzione di SugarCRM ha cambiato in meglio il modo di lavorare sia della struttura di marketing sia della rete di vendita Grizzly. Oggi nessuno passa il proprio tempo all'inseguimento dei venditori per dare o ricevere informazioni, ma tutto avviene in modalità digitale. I lead vengono assegnati con un click, anche i report visita vengono trasmessi con un click, così come le modifiche dei dati anagrafici dei clienti", afferma Olga Marchesi, Direttore Marketing e Vendite di Grizzly.

L'adozione di SugarCRM non ha creato nessun problema all'interno della sede centrale dell'azienda, mentre per la rete vendita si è deciso di far partire il processo di adozione da lontano, coinvolgendo alcuni tra gli agenti più propensi all'adozione fin dalle fasi di scelta del software. Molto importante è stato il coinvolgimento del responsabile vendite, che è stato sin dall'inizio uno dei fautori dell'adozione della soluzione CRM.

Successivamente tutta la rete vendita è stata radunata durante un evento di tre giorni con una simulazione del nuovo processo di vendita basato su SugarCRM e un feedback immediato per l'ottimizzazione delle procedure e la soluzione dei problemi.

A diversi mesi dall'introduzione di SugarCRM, è possibile affermare che la carta è stata completamente eliminata, sono state riorganizzate le attività dell'ufficio marketing a supporto della rete vendita e che ci sono le basi per ulteriori sviluppi nel campo del digitale. Inoltre, è migliorata in modo significativo la collaborazione tra il marketing e la rete di vendita.

La funzione Report permette al marketing di estrarre dati e statistiche, che possono essere personalizzate a seconda degli obiettivi, e permette di avere una fotografia in tempo reale delle attività.

> **"L'introduzione di SugarCRM ha cambiato in meglio il modo di lavorare sia della struttura di marketing sia della rete di vendita Grizzly. Oggi, nessuno passa il proprio tempo all'inseguimento dei venditori per dare o ricevere informazioni, ma tutto avviene in modalità digitale. I lead vengono assegnati con un click, anche i report visita vengono trasmessi con un click, così come le modifiche dei dati anagrafici dei clienti."**
>
> **– OLGA M.**
> Direttore Marketing e Vendite di Grizzly

Per il momento non sono stati fatti dei calcoli specifici sul ritorno sull'investimento, ma i vantaggi rispetto al passato sono evidenti, è anche diventato più facile individuare e inserire i nuovi agenti di vendita. In futuro verrà integrato il processo di gestione dell'assistenza clienti.

L'azienda sta valutando l'estensione di SugarCRM a Grizzly Hispania, la filiale spagnola con sede a Barcellona, oltre all'inserimento di un catalogo e un listino digitali per avere una gestione delle offerte e degli ordini in stile e-commerce, e all'integrazione di nuovi strumenti per la gestione delle anagrafiche e di nuovi canali per la generazione di lead come le newsletter.

Oggi, Grizzly dispone di una soluzione in grado di crescere insieme alla propria attività, rispetto a un passato in cui la gestione dei flussi di dati tra marketing e vendite rischiava di essere un collo di bottiglia per la crescita dell'azienda.

OpenSymbol
AN IMPRESOFT COMPANY

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 aiuta i team di vendita a raggiungere il loro massimo potenziale. Le aziende scelgono SugarCRM per superare la complessità, dare priorità alle opportunità e aumentare le vendite aggiuntive utilizzando le risorse già disponibili. SugarCRM è ideale per settori complessi e basati sulle relazioni – come la produzione, la vendita all'ingrosso e la distribuzione – che desiderano accelerare la crescita e prendere decisioni più intelligenti.

Scopri di più su www.sugarcrm.com/it

© 2025 SugarCRM Inc. All rights reserved. SugarCRM and the SugarCRM logo are registered trademarks of SugarCRM Inc. All other trademarks are the properties of their respective companies.