

The logo for 'sphere' features a stylized yellow icon consisting of two overlapping circles. The larger circle is on the left, and the smaller one is on the right, overlapping its top-left edge. The word 'sphere' is written in a bold, dark teal, sans-serif font to the right of the icon.

**sphere**



## Importanza di adottare Sphere CRM

Con Sphere CRM, puoi centralizzare tutte le informazioni dei clienti, migliorando la gestione delle relazioni e ottimizzando la forza vendita.



# Gestione efficace delle informazioni

1

## Centralizzazione

Registra e archivia facilmente tutti i dati dei clienti in un unico sistema.

2

## Accesso rapido

Trova le informazioni necessarie in modo veloce e intuitivo grazie a una struttura organizzata.

3

## Aggiornamento automatico

I dati vengono sincronizzati in tempo reale, garantendo sempre informazioni aggiornate per tutti gli utenti.



# Automatizzazione dei Processi

## Flussi di lavoro

Automatizza le attività ripetitive e migliora l'efficienza del team.

## Notifiche e promemoria

Ricevi avvisi automatici per non perdere mai una scadenza o un'opportunità di vendita.

## Sequenza di email

Crea campagne di email automatizzate per coinvolgere i clienti in modo personalizzato e tempestivo.

## Follow-up automatico

Assicura che nessun lead si perda mettendo in atto azioni di follow-up automatiche.



# Analisi e Reporting dei processi CRM

Ricevi report dettagliati sull'andamento delle vendite, l'efficacia delle campagne e le performance del team.



# Collaborazione e Comunicazione



## Collabora meglio

Condividi facilmente informazioni e documenti con il team, migliorando la collaborazione.



## Comunica in modo efficace

Comunica con il team e i clienti utilizzando strumenti integrati di messaggistica.



## Idee innovative

Organizza sessioni di brainstorming per stimolare la creatività e l'innovazione all'interno del team.



# Come Sphere supporta l'azienda nella gestione della Forza Vendita

Sphere CRM offre una panoramica completa sulle attività della forza vendita, facilitando la gestione e l'analisi dei dati.



# Centralizzare i dati

1

## Clienti

Archivia tutte le informazioni dei clienti in modo ordinato e accessibile.

2

## Offerte

Tieni traccia di tutte le offerte fatte ai clienti e delle relative negoziazioni.

3

## Vendite

Registra tutte le vendite effettuate e monitora le performance dei venditori.



# Segmentare e classificare i clienti

1

## Analisi dei dati

Utilizza filtri personalizzati per segmentare i clienti in base a criteri specifici.

2

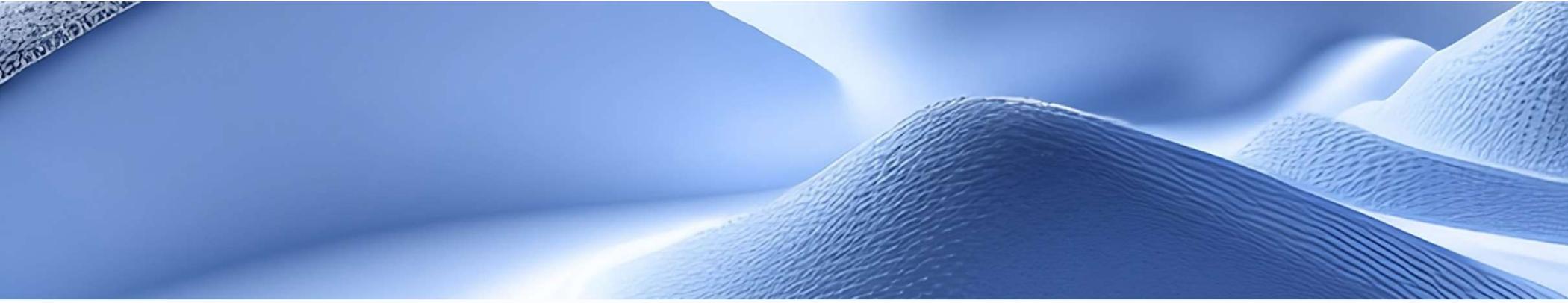
## Gestione delle list di contatti

Crea liste di contatti basate su interessi, comportamenti o altro.

3

## Personalizzazione delle comunicazioni

Invia messaggi mirati e personalizzati ai clienti in base alle loro esigenze.



# Automazione delle attività sui Prospect

Risparmia tempo automatizzando le attività sui prospect, come invio di email o chiamate di follow-up, per migliorare la conversione.



# Pipeline – Tracciamento del lead

Monitora lo stato dei lead al loro interno e gestisci la pipeline di vendita in modo efficace per massimizzare la conversione.



# Integrazione con strumenti di Marketing



## Email marketing

Integra il CRM con strumenti di email marketing per creare campagne mirate.



## Social media

Collega il CRM ai tuoi account di social media per gestire interazioni e pubblicità.



## Search engine optimization

Utilizza i dati del CRM per ottimizzare la tua strategia di marketing digitale.

# Monitoraggio delle Metriche Chiave

## Performance del team

Monitora le performance individuali e di squadra per identificare le aree di miglioramento.

## Conversione delle opportunità

Misura la percentuale di opportunità che si trasformano in vendite per ottimizzare il processo di vendita.

## Customer satisfaction

Raccogli feedback e valuta il livello di soddisfazione dei clienti per migliorare la customer experience.

## Ritorno sull'investimento

Calcola il ROI delle tue iniziative di marketing e vendita per ottimizzare le risorse.

# Perché abbiamo bisogno del CRM?

Senza un CRM, le aziende rischiano di perdere opportunità di vendita, mancare il tracciamento delle attività e avere una visione limitata dei clienti.



Come contattarci per avere  
maggiori informazioni?

[spherecrm@ositalia.com](mailto:spherecrm@ositalia.com)

[www.ositalia.com](http://www.ositalia.com)

Progetto realizzato in collaborazione con:

