



Con sistema di gestione anagrafiche e approccio “social” muoversi sul mercato dei servizi è molto più semplice per lo spin off di WeCan S.r.l.

WeDo2 e il business “predittivo” che permette di anticipare le esigenze di Clienti

“Lo scopo è creare una relazione con il Cliente che diventi più forte col passare del tempo” Alberto Pizzocolo - CIO di WeCan S.r.l

L'idea in breve

Come si possono intercettare i bisogni di un Cliente ancor prima che questi si manifestino? Servono i giusti dati, un'efficace strategia di approccio e, ovviamente, un rapporto di fiducia costruito nel tempo e cementato dai risultati.

Proprio l'obiettivo che si pone WeDo2, spin off dell'azienda padovana WeCan S.r.l. nato a metà del 2016 per offrire una nuova tipologia di servizi nel settore degli impianti di riscaldamento e raffreddamento. Con il supporto di Bcom CRM, la soluzione Siseco di customer interaction completamente personalizzabile e integrabile, WeDo2 sta procedendo alla creazione di un sistema di gestione anagrafiche capace di fornire informazioni e attendibili previsioni su quelle che possono essere le possibili esigenze future dei Clienti. Ma le capacità predittive del sistema non si fermano qui. Perché, grazie ad un'enorme mole di dati saggiamente analizzati ed utilizzati, la gestione anagrafiche riesce a produrre anche statistiche sulla diffusione dei servizi e prospetti di potenziali nuovi Clienti da raggiungere.

Vecchi impianti, nuovi modi d'interagire

In Italia ci sono molti impianti di riscaldamento ormai vecchi, mentre quelli di raffreddamento hanno spesso bisogno di essere controllati. Grazie ai nuovi strumenti ed alle opportunità che ci offre la tecnologia siamo in grado di rispondere in maniera molto più rapida alle esigenze dei nostri Clienti. Un bisogno che, per essere intercettato, deve poggiarsi sulla solidità di un settore aziendale appositamente dedicato e pensato per interagire con i possibili customer attraverso contenuti innovativi ed originali.



Non solo prodotto dunque. Dal momento che oggi, per fare la differenza sul mercato, l'offerta deve portare con sé qualcosa in più del semplice servizio e deve, ove possibile, anticipare la domanda.

L'innovazione che passa dalla rete

WeDo2 lo ha fatto penetrando a fondo il mondo del web: campagne di lead generation e piani editoriali digitali attraverso gli strumenti comunemente più conosciuti, come sito internet, blog e, soprattutto, social network. E con ottimi risultati, bisogna dire. Al momento i nostri contenuti hanno raggiunto circa 4 milioni di persone nel giro di 3 mesi, ma la cosa che ci fa sperare per il meglio sono le 75 mila interazioni avvenute. Questi numeri indicano che stiamo lavorando bene e che il pubblico si fida di noi.

Il tutto merito anche di un approccio al Cliente che in 12 mesi non si è mai dimostrato come invadente o non richiesto. “Fondamentale non spingere mai troppo sulla position commerciale”, è l'opinione di Alberto Pizzocolo, il CIO di WeCan S.r.l. che si occupa di organizzazione e gestione dei sistemi informativi. “Noi non puntiamo solo a vendere un prodotto o un servizio, ma a creare una relazione con il Cliente che crescerà col tempo”.

I risultati della Business Intelligence

Dopo un anno, i risultati conseguiti attraverso sistema di gestione anagrafiche e approccio “social” sono davanti agli occhi di tutti. La velocità nei tempi di engagement, appuntamento e installazione è andata incontro ad un evidente miglioramento. E lo stesso può dirsi per ciò che riguarda la vendita dei prodotti.

Gli strumenti tecnologici adottati e il supporto in real time da remoto, consentono al consulente in fase di vendita di lavorare al meglio, offrendo, a chi fruisce del servizio, il massimo della qualità. Grazie all'analisi geografica delle vendite, poi, si può capire dove il servizio è più richiesto.

È la Business Intelligence che permette a WeDo2 di migliorare giorno per giorno la strategia di offerta, andando, come detto all'inizio, a dare una risposta alle domande, ancor prima che i Clienti percepiscano l'esigenza.

L'azienda

Il progetto WeDo2 nasce da uno spin off di WeCan S.r.l.. L'azienda padovana, ha mosso i suoi primi passi nel 2008 e opera proficuamente ormai da dieci anni nel settore dei servizi domestici. Con 40 dipendenti e 150 collaboratori, WeCan S.r.l. ha nel tempo intrecciato relazione professionali con partner di fama internazionale come Siseco, Samsung, Biasi e Tado sviluppando una rete di consulenza ed assistenza con un elevato livello di qualità.