

Ricerca nuovi clienti

Lo sviluppo del proprio database clienti, affidato abitualmente alla forza commerciale o agli agenti, trova un valido supporto nell'analisi di marketing strategico.

Con il modulo "Ricerca nuovi clienti" ci si propone di analizzare le specificità dell'offerta e la penetrazione in settori specifici per ricercare in nuovi mercati e in nuovi settori utilizzatori i potenziali nuovi clienti.

I mercati o i settori potenziali, identificati nel modulo "Identificare i nuovi mercati" (ref AN2-MOD1) o indicati dal cliente, vengono indagati dal punto di vista dei potenziali utilizzatori che hanno caratteristiche in linea con la clientela attuale presente in mercati più maturi.

Le stime di potenzialità di fatturato e la localizzazione geografica contribuiscono a supportare la definizione del budget di sviluppo commerciale del committente e l'eventuale definizione delle filiali operative o commerciali.

Metodologia d'indagine

1. Analisi della clientela attuale

All'interno dei mercati maturi si analizzano le caratteristiche della clientela attuale dal punto di vista della specificità e della segmentazione dell'offerta, dei settori utilizzatori, della tipologia di clientela, della catena del valore, dei canali di vendita e di altri parametri che formano il modello di business aziendale.

2. Scelta del mercato prospect

Viene definito il perimetro entro il quale analizzare i mercati e i settori prospect (continente, set di Paesi, singolo Paese, regione) attraverso una precedente analisi col modulo "Identificare i nuovi mercati" (ref AN2-MOD1) o su specifica indicazione del committente.

3. Nuovi clienti potenziali

Dall'analisi della clientela attuale e all'interno del perimetro di mercati e settori prospect, viene effettuata una classificazione di potenziali utilizzatori (partners commerciali o clienti finali) indicandone le ragioni sociali, stimandone la potenzialità di fatturato e motivandone la scelta. Se ne fornisce inoltre una rappresentazione geografica, suddivisa per categorie, di ausilio all'identificazione di strategie operative.

Per richiedere informazioni:

Daniela Villa – Responsabile Comunicazione
info@premis.it - 039 93 60 154



Possibilità di presentare il report in lingua inglese e francese