

Progetto di Customer Care tramite Direct Mailing e Numero Verde

Lancio nuove siringhe

Target:
Infermieri
Medici specialisti
Farmacie Ospedaliere/ al Pubblico

BACKGROUND

PRODOTTO 1: nefrologia e oncologia

PRODOTTO 2: oncologia

**l'Azienda Cliente lancia sul mercato un nuovo tipo di device
per la somministrazione di prodotti già esistenti.**

CRITICITÀ

I nuovi strumenti solleveranno, nel target abituato alle versioni precedenti, una serie di domande, richieste e necessità di spiegazioni.

Il passaggio al device di ultima generazione può risultare complesso, almeno nei primi tempi.

I devices attualmente in commercio verranno completamente sostituiti dai nuovi devices.

Un'eventuale insoddisfazione del paziente potrebbe indurre a sospendere l'utilizzo del nuovo device.

OPPORTUNITÀ

1° step Attività di Direct Marketing (“Pre-Marketing”) prima dello switch

2° step Seguire e sostenere il target durante lo switch con l’invio di informazioni.

Fornire al target un punto di riferimento dove ottenere tutte le spiegazioni in merito all’utilizzo dei nuovi device.

Favorire il dialogo target/Azienda.



PROGETTO COMPLETO DI CUSTOMER CARE

OBIETTIVI

Progetto TOPS

- Assistere e guidare il target durante lo switch
- Utilizzo ottimale dei devices
- **Ottimizzazione in progress:**
raccolta e analisi dati per migliorare utilizzo dei devices e servizi di supporto

STRATEGIA

Progetto TOPS

Integrazione di due canali del **DIRECT MARKETING**:

- CONTACT CENTER (NUMERO VERDE)
- DIRECT MAIL

Entrambi i media rimanderanno al **portale dell'AZIENDA CLIENTE**
per ulteriori informazioni

NUMERO VERDE TOPS

Progetto TOPS

Mettere a disposizione del target un CONTACT CENTER (NUMERO VERDE) che rappresenti il punto d'incontro fra l'Azienda e il target.

Per il target, il contact center:

- risponde alle esigenze*
- fornisce informazioni*

Per l'Azienda, il contact center:

- riporta e classifica il contenuto di ogni contatto
- identifica un'analisi complessiva dell'attività secondo parametri condivisi

***Informazioni condivise e certificate con l'Azienda**

NUMERO VERDE

Progetto TOPS

PLUS CONTACT CENTER TOPS

- Dialogo one to one Target/Brand
- Il Target è rassicurato e guidato
- Risposta “in tempo reale”
- Raccolta, sistematizzazione e analisi delle esigenze del Target
- Il Contact Center interno TOPS è l'unico in Italia ad avere consolidato, da 20 anni, una abitudine al dialogo con gli operatori della salute nel pieno rispetto dell'etica e della deontologia che tali rapporti richiedono.

DIRECT MAIL

Progetto TOPS

Contattare il target tramite Direct Mail per:

- Integrare l'attività dell'ISF nel segnalare lo switch
 - Fornire i primi chiarimenti e spiegazioni
- Indicare al target l'esistenza del Numero Verde e invitarlo a usufruirne per ogni ulteriore approfondimento

DIRECT MAIL

Progetto TOPS

PLUS DIRECT MAIL TOPS

➤ **Interattività del Direct Mail**

attraverso l'inserimento di coupon di ritorno (aggiornamento data base + breve questionario)

➤ **Evoluzione in progress del Direct Mail**

i contenuti di ogni contatto possono essere orientati anche in base alle indicazioni elaborate dall'analisi delle risposte ai questionari precedenti

➤ Sulla base delle case histories TOPS, **la percentuale di apertura di un mailing può arrivare al 70-80%** (rispetto al totale dei destinatari)

➤ **Sistematico aggiornamento per la Rete ISF**

feedback risultante dal meccanismo di interattività attivato



TARGETING

- Infermieri
- Medici specialisti nefrologi e oncologi
- Medici onco-ematologi
- Farmacie ospedaliere

Progetto TOPS

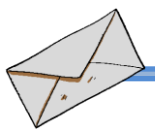


**Data Base
Azienda Cliente**

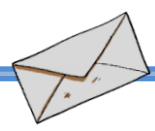
PLANNING PRELIMINARE (6 mesi)

Progetto TOPS

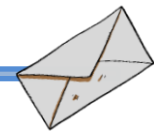
ottobre 2010 febbraio 2011



coupon



coupon → follow up



coupon

1 MODULO



Numero Verde TOPS

2 MODULO (opzione)



ottobre/novembre 2010

3 mesi

dicembre 2010

gennaio 2011

3 mesi

marzo 2011

SET UP NUMERO VERDE

Progetto TOPS

Struttura del presidio

9-13/14-18
Lun/Ven

Servizio per l'Azienda

Classificazione e statistiche chiamante

specialisti

Ripartizione area geografica delle chiamate

Classificazione e statistiche tipologia info richieste

.....