



Nato in ambito produttivo, il termine Lean (snello) nelle attività di marketing e ricerca è sinonimo di organizzazione avanzata e di eccellenza operativa.

L'applicazione del "Lean thinking" (pensiero snello) semplifica i piani di marketing concentrandosi su ricerche, test e piccole campagne di prova, che imparano dai risultati e sviluppano fatturato e marginalità grazie alla scelta ottimale delle attività e la riduzione delle inefficienze. Nelle Lean solutions c'è attenzione al cliente, in termini di valore ed ottimizzazione dei risultati, utilizzando il minimo di risorse ed eliminando gli sprechi.

*Il Lean Marketing ridisegna le 5P del modello di Marketing di Kotler allineandole alle 5 fasi della filosofia Lean thinking ed ai 5 obiettivi delle aziende definite "Global Disruptor":*

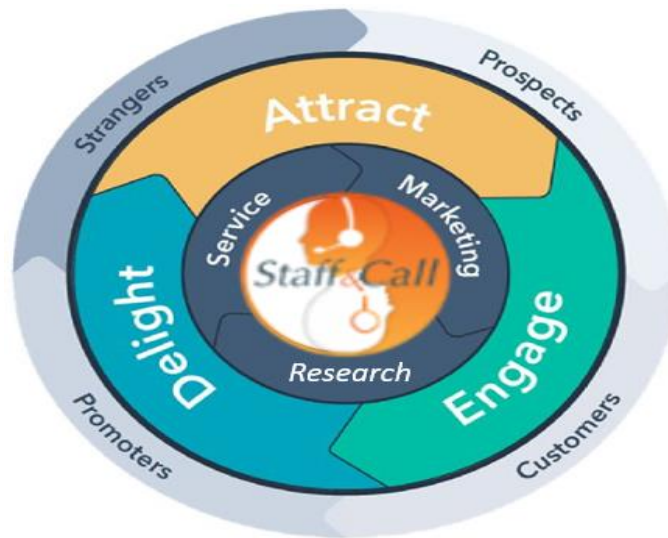
5P - LEAN MARKETING	VANTAGGI	LEAN THINKING	GLOBAL DISRUPTOR
1. PROBLEMA / DELIZIA	<i>Creare Valore, utilità e piacere per il cliente, risolvere i suoi problemi</i>	1. <b>Value</b> – creare valore	<b>Essere utili</b> <i>dimostrare la reale utilità al di là delle offerte e dei prodotti che vendono</i>
2. PROCESSO / PREZZO	<i>Non far perdere tempo al cliente. Ridurre i costi o i prezzi</i>	2. <b>Mapping</b> - mappare il flusso, ridurre errori, sprechi	<b>Rimuovere l'attrito / semplificare</b> <i>identificare ed eliminare i punti deboli nei processi che devono affrontare i consumatori</i>
3. PROMOZIONE / DISTRIBUZIONE	<i>Fornire l'essenziale in modo più veloce</i>	3. <b>Flow</b> – Far fluire il valore	<b>Far Risparmiare tempo</b> <i>Dare valore al tempo della gente offrendo i migliori servizi dove e quando ne hanno più bisogno</i>
4. PRODOTTO AUMENTATO	<i>Distribuire valore e prodotti dove e quando vuole il cliente</i>	4. <b>Pull</b> - Ordine tirato dal cliente	<b>Dare potere alle persone</b> <i>Lasciare da parte i protocolli standard dell'industria per dare più controllo ai consumatori</i>
5. PERSONALIZZAZIONE	<i>Esperienze uniche, personali, straordinarie</i>	5. <b>Perfezione</b> - PDCA	<b>Re-immaginare le esperienze</b> <i>trasformare le esperienze più complesse e potenzialmente estenuanti in momenti di piacere</i>

Le attività di marketing e ricerca sono Lean se puntano sull'eccellenza operativa per generare reale utilità, cioè risposte essenziali per la soluzione dei problemi e la soddisfazione di esigenze, in modo diretto, veloce e ad un costo equo.

In altri termini occorre una gestione ottimale delle conoscenze e delle risorse, eseguendo studi ed analisi dettagliate, puntando su dati reali e oggettivi e riducendo azioni inutili, inefficienze e sprechi, per prendere decisioni strategiche.

Le metodologie mirano all'eccellenza operativa, puntando l'attenzione sui target di riferimento (la reperibilità, la rappresentatività campionaria e la significatività dei risultati) per produrre valore, informazioni realmente utili e ridurre gli sprechi di tempo e denaro.

L'utilizzo di tool specifici per la predisposizione, gestione e monitoraggio in tempo reale delle attività consente il controllo statistico di qualità ed il calcolo di KPI per misurare le performance delle attività di rilevazione e direct marketing.



**Staff & Call** è una agenzia di servizi integrati di Marketing e Ricerca, con il processo produttivo certificato a norme UNI EN ISO 9001: 2015, che progetta e realizza attività strategiche ed operative multichannel, inbound ed outbound, di:

- **Ricerca e Rilevazione dati** per comprendere caratteristiche, esigenze e richieste dei target di riferimento, per monitorare la concorrenza diretta ed indiretta, per anticipare le tendenze e competere con successo in mercati sempre più globali;
- **CRM e Direct marketing** per la gestione e lo sviluppo di relazioni con la clientela e gli altri stakeholder, dalle call to action alle attività di lead management, dal cross selling all'up selling;
- **Contact center multichannel**, per sviluppare servizi inbound ed outbound, dalla segreteria (gestione di telefonate, chat ed e-mail) ai servizi di informazione, dall'assistenza (acquisti e post vendita) alla gestione reclami;

e mette a disposizione le sue esperienze e competenze per attività in outsourcing o in partnership nei processi di pianificazione strategica ed innovazione aziendale.

La nostra mission è creare il maggior valore possibile per clienti e partner concentrandoci sulle modalità di engagement, cioè il mix più idoneo di sistemi di contatto/rilevazione, per ottenere una maggiore reperibilità dei target, e sulla rappresentatività e significatività statistica dei risultati per ottenere dati di qualità ed insight rilevanti per la programmazione strategica ed operativa.

Competenza, esperienza e supporto operativo sono rivolte in queste attività:

- 👤 per un'accurata progettazione ed integrazione all'operatività aziendale,
- 👤 per definire il giusto mix di canali e modalità di contatto da utilizzare (digital-self service e tradizionali-assistite),
- 👤 per scegliere tecnologie e sistemi per fruire in modo efficace ed integrato degli enormi volumi di dati disponibili e rilevati,
- 👤 per il monitoraggio e l'analisi di tutte le interazioni e dei risultati ottenuti,
- 👤 per coinvolgere tutta l'organizzazione, senza gravare sull'operatività quotidiana,
- 👤 per formare competenze ed abilità e sfruttare le qualità umane interne più idonee.