

Se vuoi approfondire, compra il libro su Amazon > [Link](#)

Blueprint di Discovery e Implementazione CRM

Questa è una sintesi essenziale del percorso di Discovery CRM: un colpo d'occhio su ciò che serve per trasformare i dati raccolti in una chiamata, in relazioni duratura e revenue.

Se vuoi approfondire, puoi contattarmi direttamente—sono il referente italiano per la Discovery.

Per uno sguardo internazionale, consulta anche la pagina di Peter Cohan (Great Demo): <https://greatdemo.com/meet-the-team/peter-cohan/>

[Accedi al template di 100 domande qui](#)

questo template si colloca in un processo di vendita più grande, trovi l'accesso completo all'interno della community [Growth Express](#)

1. Questionario di Discovery

#	Domanda di Discovery	Risposta
1	Qual è l'obiettivo principale del tuo sistema CRM?	
2	Da quanto tempo utilizzi l'attuale CRM (marketing)?	
3	Quali sfide hanno portato alla sua trasformazione?	

4	Quali funzionalità chiave utilizzi maggiormente?	
5	Con quale frequenza vengono aggiornati i dati?	
6	Quali tipi di dati vengono archiviati?	
7	Come viene raccolto il dato cliente?	
8	In che modo il CRM supporta la gestione delle vendite?	
9	Quali capacità di reportistica e analytics utilizzi?	
10	Come vengono gestiti i lead nel CRM?	
11	Come facilita la comunicazione tra i team?	
12	Che integrazioni con altre app sono attive?	
13	Qual è il livello di personalizzazione attuale?	
14	Quali formazione e supporto sono disponibili agli utenti?	
15	Come misuri l'efficacia del CRM?	
16	Quali sono i principali pain point dell'attuale CRM?	
17	Qual è l'approccio alla qualità e accuratezza dei dati?	
18	Il sistema è scalabile per la crescita futura?	
19	Quali metodi di segmentazione e targeting applichi?	

20	Quali funzionalità di automazione dei workflow sono attive?	
21	Come vengono gestite le interazioni con i clienti?	
22	Qual è il livello di accessibilità mobile?	
23	Come viene gestito il feedback dei clienti?	
24	Qual è il ruolo del CRM nella customer retention?	
25	Come garantischi la conformità alle normative sulla privacy (es. GDPR)?	
26	Come misuri l'ROI del CRM?	
27	In che modo il CRM supporta marketing e lead generation?	
28	Quali sfide di adozione utenti esistono?	
29	Come gestisci il servizio clienti tramite il CRM?	
30	Quali miglioramenti al CRM sono più desiderati?	
31	Qual è il tuo approccio a migrazione e integrazione dati?	
32	Come vengono prioritarizzate le richieste di personalizzazione?	
33	In che modo il CRM è allineato agli obiettivi di business?	
34	Come vengono gestiti permessi e controllo accessi?	

35	Come gestisci aggiornamenti e upgrade della piattaforma?	
36	Come vengono tracciate e analizzate le interazioni con i clienti?	
37	Descrivi la tua precedente esperienza d'acquisto.	

2. Piano di Successo Reciproco

Traguardi Principali

1. Validare la compatibilità del mio software / servizio con i bisogni del cliente, e con il tipo di cliente soprattutto.
2. Costruire un Piano Reciproco – definire scopo, obiettivi, stakeholder, tempistiche
3. Negoziazione e firma

FASE 1 – Consulenza Strategica Marketing & Esecuzione CRM

- Co-definizione di obiettivi Marketing & CRM
- Identificazione dei KPI per misurare il successo
- Audit dei processi marketing & CRM esistenti
- Mappatura dei customer journey e segmentazione dell'audience
- Data governance & readiness

- Normalizzazione dei dati per decisioni più intelligenti

FASE 2 – Implementazione & Consulenza Funzionale

- Personalizzazione del CRM basata sui risultati della Fase 1
- Connessione del CRM con tool marketing, advertising e vendita
- Configurazione di workflow di automazione e modelli di lead scoring
- Automazione della reportistica marketing & sales
- Inclusione/esclusione dinamica di cluster (event-based)
- Ciclo continuo di miglioramento guidato dal feedback

Formazione & Supporto (Cross-Phase)

- Guide prodotto & cheat-sheet
- Sessioni di mentorship 1-to-1
- Check-in periodici di avanzamento
- Help desk on-demand per gli utenti

3. Deliverable

- Workshop di Discovery (whiteboarding “Know Your Customer”)
- Survey semi-automatica + Deck di Restituzione Executive

- Interviste agli stakeholder & Training on-the-job (quick-win: link Lead WP → Account Engagement)
- Report “As-Is vs To-Be”: obiettivi, quick-wins, priorità use-case
- File di configurazione CRM & Documentazione di processo (Doc GRK)
- Service Deck, Whiteboarding Deck, Know-Your-Customer Deck
- Libreria video Loom per la formazione

4. Asset di Supporto

Asset	Scopo
Deck – Servizi	Panoramica dei servizi di consulenza
Deck – C360 + Restituzione	Risultati survey e insight strategici
Deck – Whiteboarding	Visualizzazione di processi e journey
Doc – GRK con processi CRM	Documentazione dettagliata dei processi CRM
Video Loom	Formazione on-demand, basata sul ruolo

Nota: Questo blueprint ti guida nelle fasi di discovery, definizione strategica ed esecuzione tecnica del CRM. Compila il **Questionario di Discovery** prima del workshop di kickoff: arriveremo preparati e pronti a creare valore fin dal primo giorno.