

Salesforce: gestione strategica del cliente e performance aziendale

Docente: Ivan Renesto

Lingua del corso

Italiano

Descrizione del corso e obiettivi

Il corso propone un'esplorazione di Salesforce, una delle principali piattaforme CRM a livello mondiale, con particolare attenzione alla sua applicazione strategica nei contesti aziendali. Attraverso una combinazione di approfondimenti teorici ed esercitazioni pratiche, gli studenti acquisiranno una comprensione completa dell'architettura di Salesforce, delle sue capacità di personalizzazione e del suo ruolo nel migliorare le relazioni con i clienti e i processi di business.

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di comprendere le soluzioni Salesforce e di utilizzare Salesforce CRM, favorendo l'innovazione e promuovendo l'efficienza nei processi organizzativi.

Destinatari

Il corso è aperto a tutti gli studenti Bocconi. In particolare, è pensato per chi è interessato ad ambiti di business, marketing e tecnologia, così come per chi desidera approfondire la conoscenza dei sistemi CRM e della trasformazione digitale.

Gli studenti acquisiranno esperienza pratica con la piattaforma Salesforce, imparando a utilizzarne le funzionalità principali come la personalizzazione del CRM, la gestione dei dati e l'automazione dei processi.

Il corso mira a fornire agli studenti competenze preziose applicabili a scenari aziendali reali, potenziando la loro capacità di guidare le strategie di relazione con il cliente e di contribuire al successo delle iniziative digitali in azienda.

Prerequisiti

Non sono previsti prerequisiti specifici per questo corso, sebbene una conoscenza di base dei processi aziendali, dei concetti di marketing e della tecnologia possa risultare utile. La familiarità con i sistemi CRM in generale o una precedente esperienza con software basati sul cloud può arricchire l'esperienza di apprendimento, ma non è richiesta. Il corso è progettato per accogliere studenti provenienti da percorsi accademici diversi, con contenuti calibrati sia per i principianti sia per chi ha già una certa familiarità con Salesforce o piattaforme analoghe.

Regolamento

Iscrizione:

Le iscrizioni ai corsi possono essere effettuate esclusivamente tramite l'agenda dello studente yoU@B, nel box "Adesione attività varie".

È possibile annullare la propria iscrizione esclusivamente tramite agenda entro e NON oltre il termine delle iscrizioni al corso stesso. Non sono consentite altre modalità di cancellazione.

L'iscrizione verrà confermata qualche giorno prima dell'inizio del corso attraverso un messaggio nell'agenda yoU@B.

Frequenza:

- Frequenza pari o superiore al 75% delle lezioni: ottenimento dell'**Open Badge**
- Frequenza inferiore al 25% delle ore di lezione: inserimento in **Exclusion list**

Durata

16 ore

Modalità didattica

Sarà possibile partecipare al corso esclusivamente in maniera presenziale.

Calendario

Lezione	Data	Ora	Aula
1	gio 29/10/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
2	mar 03/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
3	gio 05/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
4	mar 10/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
5	gio 12/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
6	mer 18/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
7	mer 25/11/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)
8	mer 02/12/2026	18.15 - 19.45	N39 (L. Del Vecchio)

Programma delle lezioni

Lezione	Argomenti
1	Fondamenti del CRM e introduzione alla piattaforma Salesforce - Il CRM guida l'acquisizione, la fidelizzazione e la lealtà a lungo termine dei clienti - Le quattro forme di CRM: Strategico (cultura), Operativo (automazione), Analitico (insight), Collaborativo (allineamento) - La mappatura del customer journey traccia i punti di contatto e misura la qualità della relazione - Salesforce Lightning Experience offre un'interfaccia CRM unificata e moderna Casi d'uso - Configurazione del proprio ambiente Salesforce - Comprendere la struttura dei dati cliente
2	Gestione dei lead e pipeline di vendita - Vantaggi e componenti della Sales Force Automation (SFA) - Ciclo di vita del lead: acquisizione, qualificazione, nurturing, conversione - Strategie di lead scoring e prioritizzazione - Fasi della pipeline di vendita e gestione delle opportunità Casi d'uso - Acquisizione e gestione dei lead - Qualificazione e conversione dei lead - Costruzione della pipeline di vendita
3	Gestione delle relazioni con account e contatti - Gerarchia degli account e relazioni padre-figlio - Ruoli dei contatti e mappatura dell'influenza - Il concetto di vista a 360 gradi del cliente - Relationship intelligence e tracciamento dell'engagement Casi d'uso - Costruzione delle gerarchie di account - Gestione di più stakeholder - Tracciamento dello storico di engagement del cliente

Lezione	Argomenti
4	Catalogo prodotti, pricing e gestione dei preventivi - Struttura e gestione del catalogo prodotti - Listini prezzi: pricing standard vs. personalizzato - Fondamenti del CPQ (Configure-Price-Quote) - Generazione dei preventivi e workflow di approvazione Casi d'uso - Costruzione di un catalogo prodotti - Creazione di listini prezzi personalizzati - Generazione di preventivi professionali
5	Campagne di marketing e generazione di lead - Vantaggi e ROI della marketing automation - Pianificazione ed esecuzione delle campagne - Segmentazione e targeting dei clienti - Coordinamento di campagne multicanale - Metriche di efficacia delle campagne Casi d'uso - Creazione e gestione delle campagne - Integrazione Web-to-Lead - Misurazione delle performance delle campagne
6	Assistenza clienti e gestione dei case - Vantaggi e casi d'uso della service automation - Gestione del ciclo di vita del case - Strategia di supporto omnicanale - Service Level Agreement (SLA) ed escalation - Knowledge base e portali self-service Casi d'uso - Gestione dei case dei clienti - Automazione dell'instradamento e dell'escalation dei case - Costruzione di una knowledge base

Lezione	Argomenti
7	Report, dashboard e decisioni data-driven - CRM analitico e business intelligence - Tipi di report: Tabular, Summary, Matrix - Principi di progettazione delle dashboard - Selezione dei KPI e definizione delle metriche - Best practice per la data visualization Casi d'uso - Creazione di report personalizzati - Costruzione di dashboard esecutive - Analisi delle performance di vendita
8	Implementazione CRM end-to-end - Marketing e generazione di lead - Esecuzione del processo di vendita - Onboarding e assistenza al cliente - Analisi e ottimizzazione

Software utilizzato

Durante il corso verrà utilizzata la soluzione Salesforce CRM. Agli studenti sarà richiesto di registrare un account Trailblazer (ad esempio utilizzando l'indirizzo email @studbocconi.it) per accedere a un ambiente di apprendimento, Salesforce Trailhead, e successivamente di registrare un account per utilizzare la Salesforce Free CRM Suite.

Bibliografia consigliata

Durante il corso, il docente fornirà indicazioni su eventuali letture e documentazione disponibili online e/o in formato cartaceo.

Posti disponibili

Questa attività è a **numero chiuso** quindi l'iscrizione non sarà più possibile una volta terminati i posti disponibili (110) o dopo la chiusura del periodo di iscrizione.

E' possibile annullare l'iscrizione esclusivamente tramite agenda yoU@B entro e NON oltre il termine delle iscrizioni al corso stesso.