

R_CRM

Responsible Customer Relationship Management

“L'errore più comune in cui ci si imbatte quando si parla di Customer Relationship Management è quello di equiparare tale concetto a quello di un software. Il CRM non è una semplice questione di marketing né di sistemi informatici, ma riguarda l'azienda e la sua visione nel complesso; il CRM è un concetto strettamente legato alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura, che pone il cliente al centro dell'attenzione sia nel caso del b-to-b sia in quello del b-to-c”. *Wikipedia*.

In questa definizione di CRM c'è inevitabilità della contaminazione fra CRM e CSR. Anche la responsabilità sociale di impresa si misura dai processi aziendali, dal rapporto con i dipendenti e fornitori, con l'ambiente e la comunità. Anche la CSR pone il cliente al centro dell'universo impresa con l'obiettivo di stabilizzare e accelerare il business. Anche la CSR è business. Inevitabile che – nell'era del digitale e dell'interattività – il CRM sia destinato a diventare lo strumento privilegiato di una impresa che ha scelto la strada della responsabilità sociale.

In Epipoli Group, forte della conoscenza e delle competenze in tema di Csr che hanno fatto dell'Associazione Pentapolis punto di riferimento per la sempre più estesa business community csr oriented italiana, nasce il primo R_CRM board in grado di coniugare le competenze tecniche in Crm di Epipoli Group con quelle dei massimi esperti italiani in responsabilità sociale di impresa in tutti i settori economici che hanno promosso Pentapolis e contribuiscono alla sua attività (università, istituzioni, associazioni, imprese).

Il R_CRM è una attività che enfatizza il ruolo del cliente proponendo iniziative che accentuano le caratteristiche di servizio all'utente e alla comunità.

Il R_CRM board è coordinato da Enzo Argante (fondatore e presidente di Pentapolis e direttore della rivista leader Tempo Economico).