

Procedura Nuova Assegnazione Stelle ai Leads sul CRM

Versione 4.0 del 24 luglio 2026

1. Scopo

La presente procedura ha lo scopo di uniformare l'assegnazione delle stelle a tutti i lead presenti nel CRM Flor de Pacifico.

L'obiettivo è creare un sistema di classificazione unico per tutta la rete commerciale, affinché ogni cliente venga identificato in base alla reale fase del proprio percorso commerciale.

Una classificazione uniforme consentirà di:

- migliorare la qualità dei dati presenti nel CRM;
- permettere al reparto Marketing di realizzare comunicazioni e campagne sempre più mirate;
- facilitare il lavoro della rete commerciale;
- ottenere statistiche e KPI più precisi;
- migliorare la collaborazione tra Marketing, Commerciale e Direzione.

Le stelle non rappresentano un giudizio sul cliente, ma indicano **esclusivamente** il livello di avanzamento del suo percorso all'interno del processo commerciale Flor de Pacifico.

2. Procedura di assegnazione

Quando un nuovo lead entra nel CRM, inizialmente non possiede alcuna classificazione.

Sarà compito del commerciale aggiornare la posizione del cliente nel corso della relazione, attenendosi esclusivamente ai criteri riportati nella presente procedura.

L'assegnazione delle stelle dovrà essere effettuata in maniera **oggettiva e uniforme** da tutta la rete commerciale.

★ 0 Stelle – Fuori Target

Cliente che, dopo il contatto, manifesta chiaramente di non essere interessato ai prodotti o ai servizi Flor de Pacifico oppure risulta incompatibile con il progetto.

Esempi:

- non interessato;
 - budget incompatibile;
 - progetto non in linea con le proprie esigenze.
-

★ 1 Stella – Primo Contatto

Cliente con il quale non è stato ancora possibile instaurare un contatto telefonico efficace.

Rientrano in questa categoria, ad esempio:

- nessuna risposta;
 - telefono occupato;
 - mancata reperibilità;
 - impossibilità di instaurare una conversazione.
-

★★ 2 Stelle – Interesse Informativo

Cliente curioso o interessato a ricevere informazioni, ma non ancora realmente coinvolto nel progetto.

Ha richiesto informazioni, desidera conoscere Flor de Pacifico o la Costa Rica, ma non ha ancora manifestato un interesse concreto verso un eventuale investimento.

★★★ 3 Stelle – Interesse Concreto

Cliente che manifesta un interesse concreto verso il progetto Flor de Pacifico ed è potenzialmente compatibile con l'investimento.

Sta valutando l'opportunità, pone domande specifiche e desidera approfondire, ma non ha **ancora effettuato un'azione concreta come un appuntamento dal vivo.**

★★★★★ 4 Stelle – Cliente Coinvolto

Cliente che ha compiuto **un'importante** azione operativa.

Rientrano in questa categoria:

- cliente che ha effettuato un appuntamento dal vivo e che il commerciale ritiene realmente in target;
- cliente che ha acquistato il Viaggio.

Il cliente sta vivendo un'esperienza diretta con il progetto ed è nella fase decisionale.

★★★★★ 5 Stelle – Cliente “Maleducato”

Cliente che ha acquistato una quota oppure un immobile Flor de Pacifico.

Da questo momento termina il percorso di acquisizione ed inizia quello di **fidelizzazione**.

Il cliente potrà essere coinvolto in successive attività di:

- fidelizzazione;
 - referral;
 - upselling;
 - nuovi investimenti;
 - partecipazione ad eventi esclusivi.
-

3. Obblighi della rete commerciale

Per garantire il corretto funzionamento del sistema, ogni commerciale dovrà:

- assegnare le stelle secondo la presente procedura;
- chiamare dalla App zoho e registrare la chiamata
- aggiornare tempestivamente il numero di stelle qualora il cliente passi alla fase successiva;
- inserire sempre i tag più appropriati;
- compilare le note del CRM in modo completo, preciso e cronologico.

Le note dovranno riportare tutte le informazioni utili emerse durante il rapporto con il cliente, comprese esigenze, obiezioni, disponibilità economica, tempi decisionali, componenti della famiglia coinvolti, appuntamenti, telefonate, messaggi whatsapp, email ed ogni altro elemento rilevante.

Il CRM rappresenta il patrimonio informativo dell'azienda.

Pertanto, **un'informazione non registrata nel CRM equivale, di fatto, ad un'informazione inesistente.**

4. Evoluzione del sistema

L'obiettivo futuro sarà automatizzare progressivamente l'assegnazione delle stelle attraverso il CRM, sulla base delle azioni realmente compiute dal cliente (contatti, appuntamenti, viaggio Discovery, acquisto), **riducendo la soggettività** e garantendo la completa sincronizzazione tra Direzione, Marketing e Rete Commerciale.
