La gestione efficace dei contatti è uno degli elementi chiave per il successo di qualsiasi strategia di marketing e vendita.

Un **CRM integrato nella marketing automation** consente di avere una visione completa e strutturata della relazione con clienti e lead, riducendo la frammentazione dei dati e migliorando l'efficacia delle attività operative.

Indice dei contenuti

- Un CRM che segue l'intero ciclo di vita del contatto
- Pipeline personalizzabili e gestione delle opportunità
- Inbox integrata: tutte le comunicazioni sotto controllo
- Segmentazione avanzata e scoring dei contatti
- Un CRM pensato per lavorare meglio, non di più

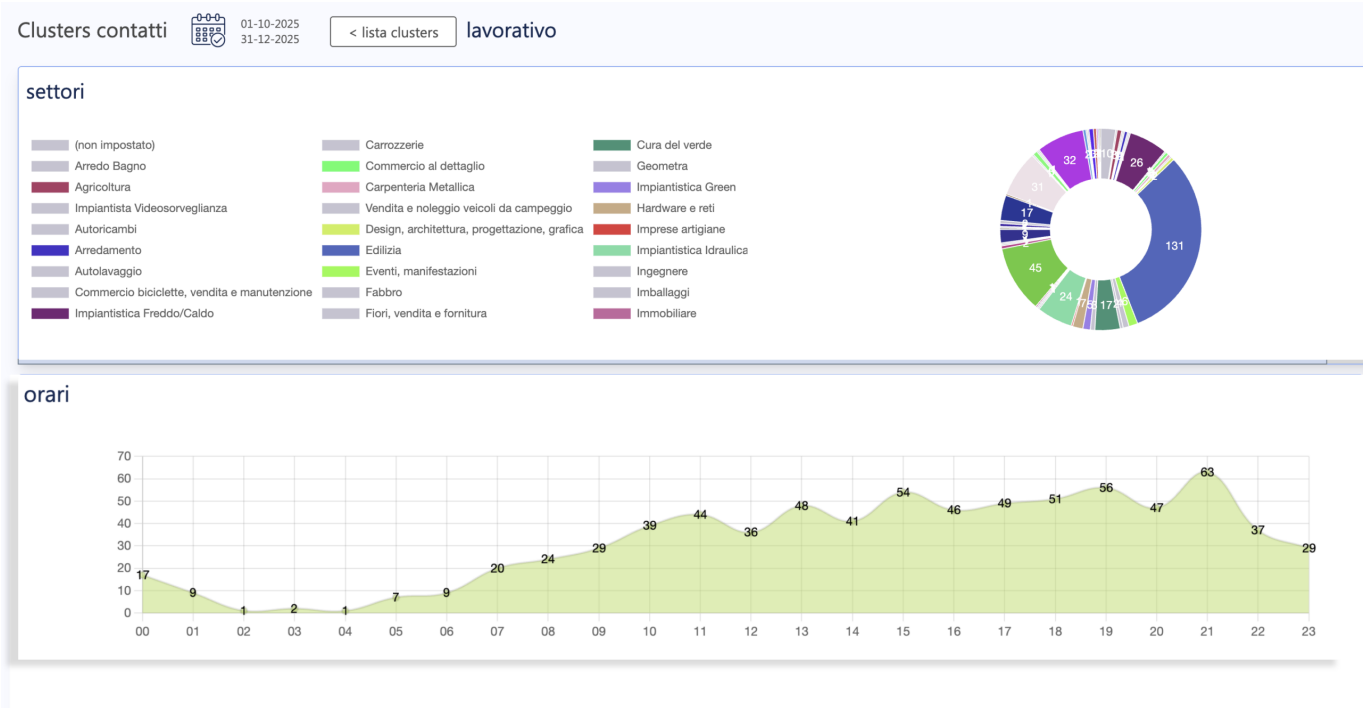
All'interno di **stackly**, il modulo CRM rappresenta il cuore del sistema, accompagnando il contatto dal primo touchpoint fino alla conversione finale in cliente.

Un CRM che segue l'intero ciclo di vita del contatto

Il CRM non si limita a raccogliere dati anagrafici, ma consente di **gestire ogni fase del customer journey** in modo coerente e continuo.

Dal primo accesso come semplice visitatore, passando per lo stato di lead, fino alla piena conversione in cliente, ogni interazione viene tracciata e resa disponibile in un'unica vista centralizzata.

Questa impostazione è particolarmente utile per **agenzie, freelance e consulenti**, che devono gestire più progetti e clienti senza perdere il controllo sulle relazioni e sulle opportunità in corso.



Pipeline personalizzabili e gestione delle opportunità

All’interno del CRM è possibile **organizzare pipeline personalizzate**, adattandole alle diverse esigenze operative e ai differenti modelli di vendita.

Ogni pipeline può essere strutturata per riflettere le reali fasi del processo commerciale, consentendo di:

- monitorare l’avanzamento delle trattative
- gestire offerte e opportunità
- pianificare attività e follow-up
- avere sempre chiaro lo stato di ogni contatto

L’agenda integrata permette inoltre di coordinare appuntamenti, task e scadenze, mantenendo il team allineato e riducendo il rischio di dimenticanze.

Inbox integrata: tutte le comunicazioni sotto controllo

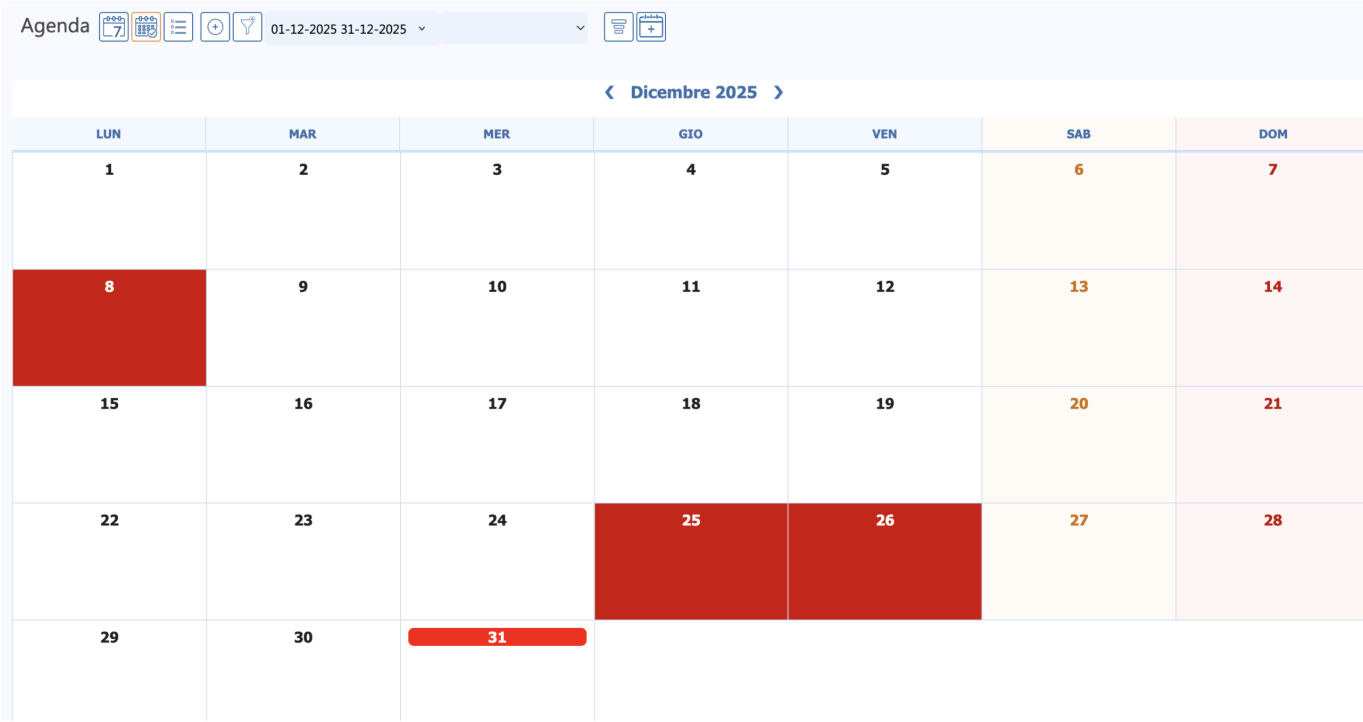
Un elemento distintivo del CRM è la **sezione Inbox**, che consente di collegare

direttamente la propria casella email e utilizzare la piattaforma come un vero client di posta.

La differenza è che ogni messaggio in entrata o in uscita viene **associato automaticamente alla scheda contatto corretta**.
Questo approccio offre vantaggi concreti:

- distinzione immediata tra lead e clienti attivi
- storico completo delle comunicazioni
- nessuna conversazione dispersa tra inbox diverse
- maggiore continuità nella relazione con il cliente

Per chi gestisce più clienti contemporaneamente, significa **ordine, tracciabilità e controllo**.



Segmentazione avanzata e scoring dei contatti

A completare il modulo CRM ci sono le funzionalità di segmentazione avanzata, che permettono di classificare i contatti in base ad attributi personalizzati e realmente utili al progetto.

È possibile creare segmenti dinamici basati su dati anagrafici, comportamento, interessi o stato nel funnel.

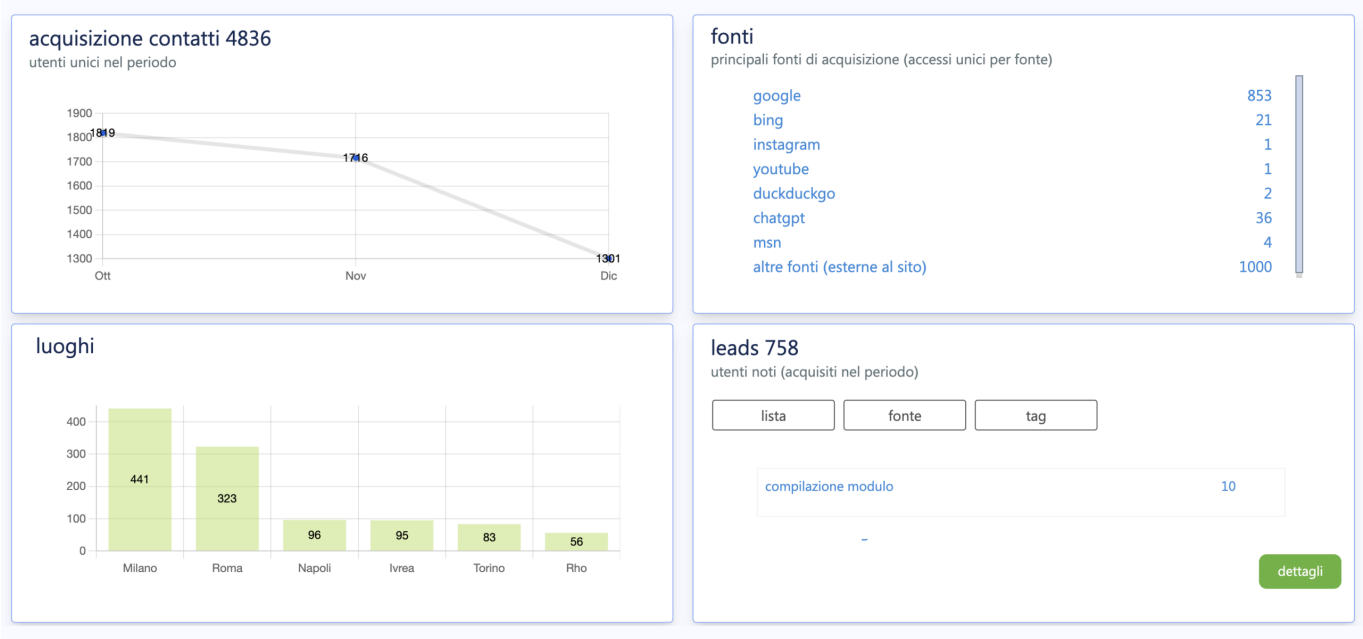
In parallelo, il sistema consente di assegnare un punteggio (lead scoring) ai contatti in base alle azioni compiute, come aperture email, click, visite a pagine specifiche o interazioni con i touchpoint.

Questo rende immediatamente visibili i contatti più attivi e prioritari, facilitando decisioni rapide e mirate.

Un CRM pensato per lavorare meglio, non di più

Grazie all'integrazione nativa con tutte le altre funzionalità della piattaforma, il CRM diventa uno strumento realmente operativo e non un semplice archivio dati.

L'organizzazione delle informazioni è più efficace, le attività sono più mirate e la relazione con clienti e lead risulta **più strutturata, continua e orientata agli obiettivi**.



argomenti correlati

dashboard dei contatti
lista contatti
pipeline
eventi prenotabili