SLA tra marketing e vendite

chi segue ogni richiesta ed entro quando

Priorità, tempi da misurare, interventi e rispetto dello SLA

1 Ogni richiesta ha una priorità e una scadenza

dall'urgenza verificabile → all'interesse informativo

P1 urgente	P2 commerciale	P3 da qualificare	P4 informativo
richiesta commerciale con una scadenza ravvicinata verificabile	preventivo, dimostrazione o confronto, senza emergenza dichiarata	richiesta generica, con una compatibilità da approfondire	download o altro interesse, senza richiesta commerciale
entro 1 ora lavorativa	**entro 4 ore lavorative**	**entro 2 giorni lavorativi**	**nel tempo dichiarato**
chiarire l'urgenza e dire chi segue il caso	rispondere sul bisogno	chiedere l'informazione che manca	consegnare il contenuto promesso

Un esempio di accordo, non uno standard di settore

i tempi partono dall'arrivo e si contano nel calendario lavorativo
il solo download non giustifica una telefonata commerciale

Contatto entro un'ora: qualifica quasi 7 volte più probabile

rispetto a un tentativo un'ora dopo; qualifica = conversazione con un decisore, non vendita (Harvard Business Review, 2011)

2 Misura tre tempi e il totale dall'arrivo

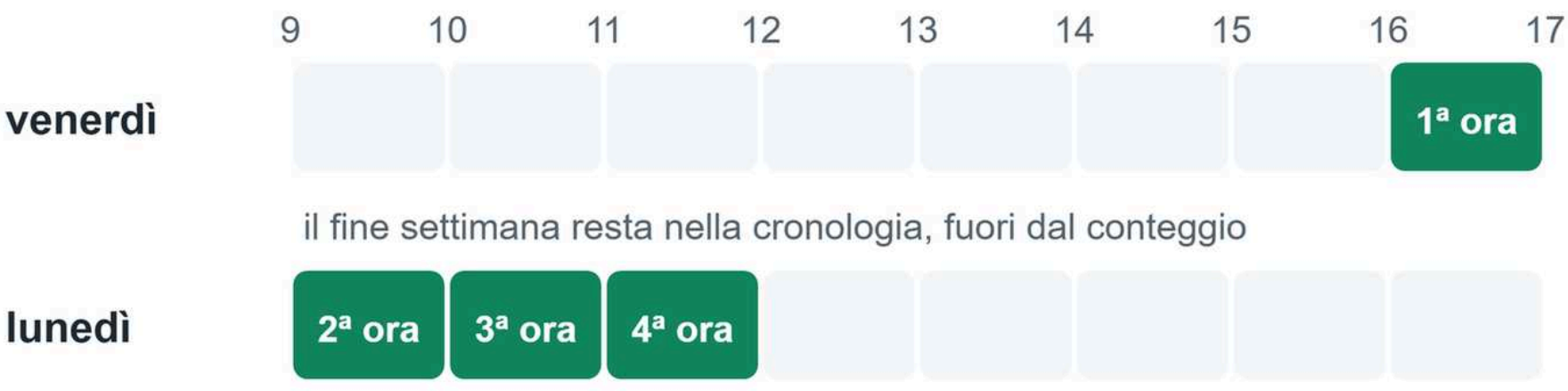
Esempio: una richiesta P2 arrivata alle 9:00



60 minuti dall'arrivo: mostra sempre il totale

Misurare solo gli ultimi 30 minuti nasconde metà dell'attesa

Quattro ore lavorative da venerdì alle 16 scadono lunedì alle 12



Il CRM o il foglio deve contare sullo stesso calendario

esempio: apertura dal lunedì al venerdì, dalle 9 alle 17, senza festività

3 Chi interviene e come si calcola il rispetto

Soglie d'esempio per una P1, contate dall'arrivo

arrivo	10 minuti	15 minuti	1 ora
la richiesta entra con il suo orario reale	manca l'assegnatario: interviene il coordinatore della coda	manca l'accettazione: intervengono il sostituto o il responsabile	azione scaduta: il responsabile assegna il recupero

La violazione avvenuta resta nel report

cambiare referente, classe o scadenza non cancella l'arrivo né il ritardo

Nel mese scadono 20 richieste



15 ÷ 20 × 100 = 75%

le 2 aperte restano nel totale: l'azione era già dovuta

Escludere le aperte farebbe apparire migliore il risultato

Nessun caso scaduto? Scrivi «nessun caso», non 100%

le richieste non ancora scadute si mostrano a parte

Fonte: esempi dell'articolo; dato sui tempi: Harvard Business Review, 2011

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · SLA tra marketing e vendite: chi gestisce le richieste ed entro quando
https://www.klc.it/blog/lead-generation/sla-tra-marketing-e-vendite-tempi-responsabilita-ed/