

Intra- and inter-organizational effects of a CRM system implementation.
Baraldi E., La Rocca, A. & Perna, A. *Mercati e Competitivita', Vol.1.*

ABSTRACT:

Il lavoro offre una analisi del progetto di implementazione di un sistema di Customer Relationship Management (CRM) all'interno del gruppo Loccioni. Emergono interessanti prospettive di studio circa gli effetti organizzativi che derivano dallo sviluppo ed uso di tali sistemi informatici nel contesto business-to-business. Affinche' il CRM possa contribuire alla gestione effettiva di clienti complessi il caso di studio evidenzia il ruolo critico di alcuni fattori quali la predisposizione culturale, una visione strategica del mercato e la disponibilita' di risorse tecnologiche.