

# LA VERIFICA DI INCREMENTO DEI RICAVI GENERATI DALLA STRATEGIA DI CRM: 2005 (in %)



	<b>aumento di ricavi</b>	<b>nessun aumento di ricavi</b>	<b>non esistono strumenti per misurarlo</b>
<b>Outsourcer</b>			
<b>Telecomunicazioni</b>			
<b>Ict</b>			
<b>Manifatturiero/Industria</b>			
<b>Utility</b>			
<b>Commercio</b>			
<b>Servizi</b>			
<b>Bancario/Assicurativo</b>			
<b><i>Totale privato</i></b>			

Fonte: Report benchmarking 2005,  
customer management forum

**Largo  
Consumo**