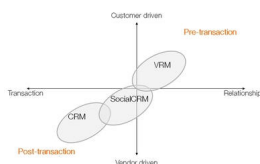


VRM (Vendor Relationship Management) integra CRM e SocialCRM consentendo alla 'voce' del cliente di comunicare direttamente alle 'orecchie' delle aziende.

VRM un concetto introdotto da **Doc Searls** di Harvard Berkman Center for Internet & Society, propone una nuova categoria di strumenti che consentano ai singoli di ottenere valore dalle loro informazioni personali e per gestire i loro rapporti con le aziende .

Con una infrastruttura di CRM e VRM otteniamo una piattaforma di dialogo e di relazioni basate sulla fiducia.



Mentre il VRM non ha ancora raggiunto lo sviluppo del CRM o del SocialCRM, stiamo iniziando a vedere esempi di dinamiche del tipo VRM.

Come ad esempio:

- **[Bynamite](#)** – Dare alle persone un modo per controllare le informazioni che gli inserzionisti acquisiscono su di te.
- **[Needium](#)** - Dare alle imprese un modo per conoscere le esigenze dei clienti.
- **[Mint](#)** - Consentire alle persone di aggregare i loro dati personali e finanziari per ottenere raccomandazioni dettagliate su un prodotto

[Leggere](#)