

Scheda funzionale







#### 1. DEFINIZIONE



*CRM (Customer Relationship Management)* è la sigla che identifica le attività di gestione dei rapporti con il mercato e con i clienti. L'insieme di queste attività opera in tre scenari: *CRM operativo*: funzionalità e step di processo interni all'azienda.

*CRM collaborativo*: apertura dei processi in termini di "azienda estesa", coinvolgendo partner e clienti, funzionalità B2C, marketplace ecc.

*CRM analitico*: funzionalità di reportistica avanzata, statistiche, data mining, business intelligence.

Le attività si possono riassumere, in genere, in tre momenti fondamentali:

- 1. ricerca di nuovi clienti, o attività di prevendita, composta soprattutto da azioni di marketing rivolte alla raccolta e all'organizzazione di tutte le informazioni riguardanti i potenziali clienti (siano essi sconosciuti all'azienda o già conosciuti) necessarie per lo svolgimento da parte degli operatori delle proprie attività commerciali;
- 2. **gestione dei clienti acquisiti**, o attività di postvendita, composta sia dalle azioni di marketing sia dai diversi servizi erogati;
- 3. **elaborazione dei dati** memorizzati con tecniche di analisi per valutare la propria "forza" commerciale o di supporto.

#### 2. CARATTERISTICHE GENERALI

Il software Infinity CRM è il modulo di Infinity Zucchetti che permette una completa ed efficiente gestione dei rapporti con i clienti presenti e potenziali dell'azienda. Gestisce in maniera semplice ed efficace le attività di prevendita, vendita e postvendita, automatizzando i processi collegati.

Il cliente rappresenta un fattore cruciale per le aziende: in un mercato globalizzato e competitivo è fondamentale mantenere i propri clienti e acquisirne di nuovi. Conoscere il cliente, organizzando in maniera strutturata tutte le informazioni che lo riguardano, permette di anticiparne le esigenze e creare un'offerta in linea con le richieste del mercato. Uno strumento di gestione come il software Infinity CRM offre innumerevoli opportunità grazie alla notevole versatilità. Le soluzioni CRM sono di supporto tanto nella gestione delle informazioni, quanto nella gestione della forza vendita e di altre attività.







#### Infinity CRM è lo strumento di lavoro ideale per le aziende che vogliono:

- conoscere il proprio mercato di riferimento mediante la determinazione di specifici criteri di classificazione e segmentazione;
- concentrarsi sulle azioni necessarie per acquisire nuovi clienti;
- condividere le informazioni tra la forza vendita e le altre aree aziendali e favorirne la collaborazione;
- rispondere alle esigenze del cliente con puntualità e precisione nelle fasi di prevendita, vendita, erogazione del servizio e postvendita;
- ridurre i costi operativi legati alla gestione del cliente, grazie all'integrazione dei processi e delle organizzazioni;
- analizzare e pianificare le attività intercorse durante il processo di vendita, le campagne di marketing e le attività post-vendita, valutandone il ritorno sugli investimenti;
- controllare tutte le attività svolte sui clienti e potenziali ottimizzando i costi di comunicazione.

Infinity CRM è stato studiato per gestire in maniera totalmente automatizzata ed efficace tutte le attività: da quelle promozionali, volte a sviluppare le richieste di potenziali clienti, alla gestione dei clienti durante e dopo la vendita.



Figura 1 - Struttura CRM Infinity









Tre le aree principali supportate dal software:

- CRM Marketing: per gestire tutte le attività legate alla fase di acquisizione e gestione di potenziali clienti. È possibile eseguire attività massive di mailing o teleselling, mediante liste di nominativi e l'utilizzo di questionari specifici, e gestirne i ritorni in termini, ad esempio, di chi ha aperto la mail, chi ha cliccato su un eventuale link, chi ha risposto positivamente a una determinata domanda ecc. CRM Marketing consente, inoltre, di fissare in agenda visite per la forza commerciale e promuovere il nominativo a trattativa commerciale. Disponibile una Dashboard operativa per accesso rapido a tutte le informazioni ed attività legate ai nominativi presenti nelle campagne/messaggi commerciali.
- CRM Sales: per gestire tutte le attività legate alle trattative commerciali e alla qualificazione del contatto. Sono disponibili regole di assegnazione e controllo per automatizzare il flusso operativo, causali specifiche per eseguire ogni singola operazione con memorizzazione in una "prima nota" giornaliera, in modo da poter avere riscontri su quanto eseguito e da chi. Il sistema si integra con l'infrastruttura gestionale di base, per la creazione delle offerte gestionali, e con l'area documentale per la creazione delle offerte commerciali basate su modelli riportanti "campi variabili" popolati da "stampa unione". Disponibile una Dashboard operativa per accesso rapido a tutte le informazioni ed attività legate alle trattative commerciali.
- CRM Support: per ottimizzare i processi di assistenza tecnica, i servizi di manutenzione, la gestione dei contratti di garanzia, l'assistenza commerciale e amministrativa. Consente la gestione di tutte le attività di relazione con il cliente successive alla vendita. Permette di definire, registrare e assegnare tutte le problematiche (tickets) aperte dal cliente, dando modo di pianificare, consuntivare, analizzare e definire le regole automatiche per rispondere alle richieste. Consente l'analisi dei livelli di servizio (SLA Service Level Agreement, con apposita Dashboard di controllo) tramite gestione delle scadenze ed analisi degli indicatori di prestazioni (KPI Key Performance Indicators).

Infinity CRM consente inoltre di **gestire in modo strutturato progetti e campagne per quantificare i budget e le spese**. Analisi particolari realizzate con strumenti di Business Intelligence mettono a disposizione cruscotti specifici per valutare l'andamento di tutta l'attività di CRM.

Un'importante area comune ai moduli di Infinity CRM è la MyDesk, costruita appositamente per guidare l'utente nelle diverse attività







### My Crm prevendita PRINCIPALE CRM SALES GRAFICI

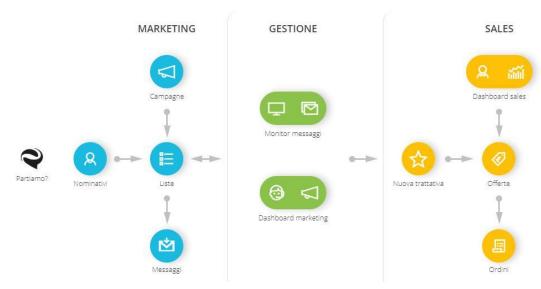


Figura 2 - Flusso Mydesk

Essa consente ad ogni operatore di prendere anche visione delle attività e degli appuntamenti commerciali, delle proprie potenziali opportunità e delle richieste di assistenza a suo carico. I responsabili dell'area CRM possono avere una visione di insieme consultando grafici specifici sull'andamento della forza vendita e del servizio di customer satisfaction.





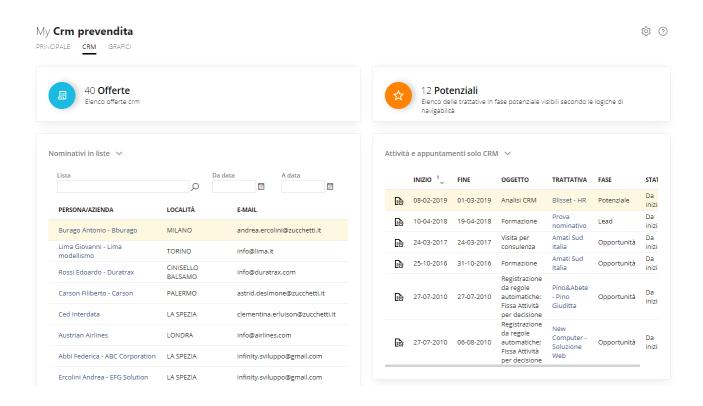


Figura 3 - Esempi di gadget area CRM

In sintesi si può dire che il CRM apporta i seguenti vantaggi:

- 1. **vantaggi commerciali**, perché conoscendo meglio le esigenze dei clienti è possibile gestire meglio il rapporto, soddisfare i reali bisogni e, quindi, vendere di più;
- 2. **vantaggi operativi e organizzativi**, perché consente una maggiore precisione nella consegna o erogazione dei servizi;
- 3. vantaggi di immagine e di fidelizzazione dei clienti acquisti; i clienti sono favorevolmente impressionati quando, a fronte di una qualsiasi richiesta telefonica, chi gli risponde ha in tempo reale un quadro completo della situazione in essere.



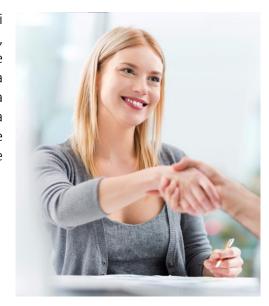




#### 3. FUNZIONALITA' BASE

#### **CRM Marketing**

Obiettivo di questo modulo è gestire le azioni di marketing, e cioè tutte quelle attività (telemarketing, promozioni, giri visite, mail, demo prodotti ecc.) che vengono svolte dalle aree commerciali dell'azienda (interni, agenti, collaboratori) e che coinvolgono sia semplici nominativi (clienti potenziali), sia i clienti già acquisiti. In particolare ci riferiamo all'inserimento delle azioni e degli appuntamenti da svolgere, pianificazione e consuntivazione delle attività ecc.



Il nominativo è l'elemento iniziale di una probabile trattativa commerciale. L'archivio contiene informazioni anagrafiche necessarie allo svolgimento delle prime azioni commerciali, in particolare ci si pone l'obiettivo di capire, per ogni nominativo, se è interessato o meno ai prodotti o servizi mediante azioni mirate (mail, fax, sms, telefonate ecc.) svolte dagli operatori dell'area Marketing. Nel caso di *Teleselling*, gli utenti di call center possono usare questionari con domande/risposte prestabiliti, utili a successive analisi e preparazione di liste. Una scheda riepiloga tutte le azioni/informazioni che sono relative al nominativo anche in ottica collaborativa (non solo azioni commerciali).

Queste operazioni possono essere eseguite anche nell'ambito di una campagna commerciale.

La campagna è dunque un progetto di marketing rivolto all'esterno che si desidera pianificare, gestire e registrare. Può trattarsi di attività da eseguire via posta tradizionale, un seminario, un annuncio pubblicitario, un messaggio di posta elettronica o un altro tipo di iniziativa di marketing. Consente di definire gli obiettivi, gli stati avanzamento e i riferimenti alle persone/aziende che hanno commissionato la campagna; si possono impostare gli assegnatari e il responsabile nonché i prodotti/interessi associati alla campagna che saranno eventualmente proposti automaticamente in fase di trattativa.







Normalmente si utilizza la campagna commerciale come "contenitore" delle azioni da realizzare per avere anche dati statistici in base all'evoluzione delle trattative.

I nominativi possono essere **estratti da una banca dati**, che può essere creata o integrata anche tramite importazione dati da fonti esterne, oppure determinati da apposite query parametriche che **estraggono i dati dal database** di Infinity; tali nominativi confluiscono all'interno delle liste di lavoro.

Le **liste** possono essere basate su elementi statici (ovvero congelati al momento della preparazione) oppure su filtri dinamici (ovvero gli elementi sono aggiunti alla lista se soddisfano i criteri di selezione.

#### Sulla lista si può lavorare:

- Creando immediatamente trattative commerciali basandoci su regole di assegnazione;
- eseguendo azioni massive tipicamente collaborative (fissare appuntamenti, attività, allegare documenti ecc.);
- creando messaggi per invio massivo tramite canale mail, fax, chat, sms ecc.

I messaggi possono essere creati tramite un EDITOR di testo, il cui utilizzo è semplice ed intuitivo, simile a quello di un comune word processor; all'interno dei messaggi è possibile inserire hyperlink o campi variabili per creare messaggi personalizzati sul destinatario (stampa unione).

In base alla tipologia del messaggio possono essere gestiti gli **esiti** (esempio per le mail lettura, click su hyperlink ecc.) ed eventualmente, sulla scorta di questi, creare delle liste più mirate; in caso di messaggi telefonici è possibile creare degli script guida per gli operatori durante le telefonate ed archiviare le risposte degli intervistati per effettuare ogni tipo di analisi sui dati così acquisiti.

Infinity CRM gestisce la **pianificazione** dei messaggi da inviare in base a diversi canali di comunicazione (mail, fax, chat, sms o contattato telefonico) ed il monitoraggio degli stessi con gestione dell'esito dello stato lettura e click sui link delle mail o azioni eseguite dal Call Center. Consente inoltre la gestione delle *Bounce* e motivi di mancata consegna (Blacklist, Destination unknow, Mailbox full ecc.).

Gli operatori possono utilizzare gadget specializzati o la dashboard specifica per operare sui nominativi effettuando azioni:

- semplici (invio mail, allega documento ecc.);
- con effetti particolari (l'impostazione privacy, ad esempio, viene anche gestita automaticamente da link presenti sul messaggio stesso; promozione a trattativa commerciale, che provvede anche a creare eventuale anagrafica sui dati comuni previo controllo di similitudini ecc.).

Pag. **8/32** 







Il tutto tenendo conto delle disposizioni della normativa GDPR.

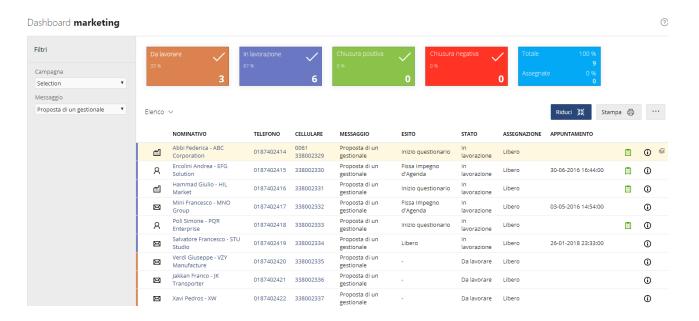


Figura 4 - Dashboard marketing

Il **Monitor dei Messaggi** consente di misurare i risultati in tempo reale, verificando chi ha letto i messaggi email, quante volte e quali argomenti sono stati più interessanti, attraverso il conteggio dei click sui link inseriti nel testo.





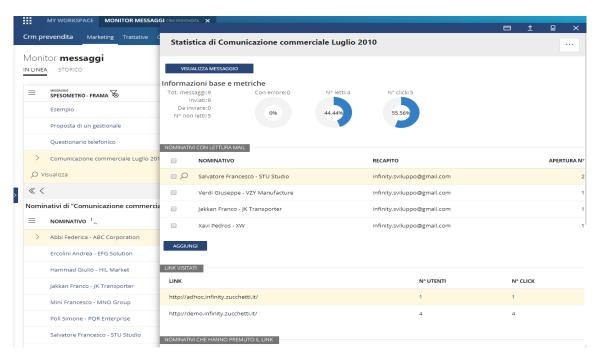


Figura 5 - Monitor messaggi

In base a queste prime valutazioni è possibile trasformare dei dati grezzi in profili chiari e definiti e aprire, eventualmente, una potenziale opportunità commerciale.

Tramite **l'Integrazione con Infinity Communication** (vedi moduli aggiuntivi) è possibile automatizzare le chiamate degli operatori tramite *click to call* (premendo su hyperlink del recapito telefonico) o usare Skype o sistemi di chat.

Sono disponibili Gadget Riepilogativi statistici, nonché strumenti di Business Intelligence con Data-Mart specializzati per valutare l'andamento dell'attività.







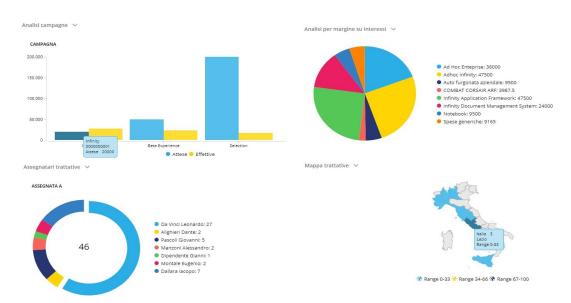


Figura 6 - Esempi gadget grafici

#### **CRM Sales**

Nel momento in cui nasce una trattiva commerciale è necessario monitorarne ogni fase (attività di prevendita, invio di ipotesi di offerta, analisi della concorrenza ecc.) perché, oltre ad offrire alla forza commerciale un valido strumento per guidare la gestione della trattativa, la memorizzazione di queste informazioni consente all'azienda la realizzazione di stime e previsioni di vendita; analisi dell'efficacia del processo di pre-vendita e di vendita; analisi del ritorno di campagne di marketing e comunicazione; monitoraggio

della concorrenza e raccolta di informazioni sul mercato.



La gestione commerciale può avvenire anche in modalità Mobile grazie all'APP CRM Sales.







La trattativa si compone di 3 fasi:

**Lead**: sono presenti pochi dati, la trattativa è dunque intestabile e riconducibile anche a semplici nominativi prelevati da banche dati (non conosciuti).

**Potenziale:** rappresenta la prima fase concreta della trattativa, avvengono i primi contatti di scrematura, verifica e integrazione dei dati, dopodiché è possibile schedulare a calendario una serie di attività future (invio depliant, telefonate, visite ecc.) e prendere nota della loro esecuzione.

**Opportunità:** rappresenta una fase più evoluta della trattativa (in qualsiasi momento la potenziale opportunità può passare a opportunità), vengono messe a disposizione maggiori informazioni e, partendo da quelle raccolte nella fase precedente, è possibile portare a termine positivamente o negativamente la trattativa.

In ogni occasione possono essere visionate tutte le informazioni legate all'opportunità raggruppandole per i diversi classificatori commerciali (settore operativo, mercato, situazione aziendale in termini di fatturato, dipendenti, strumenti della concorrenza utilizzati ecc.).

Le trattative (indipendentemente dalla fase) possono essere assegnate a un nominativo/gruppo di commerciali in modo nominale o tramite regole di assegnazione (es. prodotti di interesse, zona commerciale, valore della trattativa ecc). Se una trattativa viene chiusa positivamente, le informazioni raccolte in precedenza restano presenti e saranno abbinate al nuovo cliente.

Sono disponibili Schede "aggreganti" per la consultazione immediata sia delle informazioni commerciali che di quelle contabili in base al proprio profilo di accesso.





Tunttotivo



Trattative									
Elenco 🗸							Nuovo +	Filtri 🎖	Riduci ¾K
TRATTATIVA	DATA 1 APERTURA	, AZIENDA/NOMINATIVO	PERSONA	ASSEGNATO A	FASE	TIPO STATO	STATO		_
Zucchetti / Astra	26-10-2016	Amati modellismo	Dallara Iacopo	Da Vinci Leonardo	Potenziale	In corso	Primo Contatto	*	14
Trattativa Carson per soluzione AR models	24-10-2016	Carson	Carson Luigi	Da Vinci Leonardo	Opportunità	In corso	Offerta Emessa	*	e e
Welfare Zucchetti - Amati	08-10-2016	Amati modellismo	Amati Giuseppe	Da Vinci Leonardo	Opportunità	In corso	Offerta Emessa	**	<b>1</b>
Infinity 3.0	30-09-2016	Bburago		Da Vinci Leonardo	Opportunità	In corso	Offerta Emessa	*	
Pasquali - AHI	20-06-2016	Pasquali Srl		Da Vinci Leonardo	Opportunità	In corso	Offerta Emessa		12
Gestionale - Benetton SpA	19-06-2016	Benetton Benetton Marco		Da Vinci Leonardo	Lead	In corso	Offerta Lead	8	E
Progetto Infinity	03-03-2016	Carson	Carson Luigi	Pascoli Giovanni	Lead	In corso	Offerta Lead	**	E
Infinity Benedetta	15-02-2016	Amati modellismo	Amati Giuseppe	Da Vinci Leonardo	Opportunità	In corso	Offerta Emessa	*	
Proposta Commerciale	18-09-2013	Management Consulting & Engineering	Tozzi Mario	Linea diretta	Lead	Iniziale	Da Contattare	2	
Trattativa Offerta Portal	17-09-2013	Autosalone 2000		Da assegnare	Lead	Iniziale	Da Contattare	2	
Promozione primavera	19-01-2012	Comtel		Da assegnare	Potenziale	Iniziale	In attesa di contatto	2	
Bburago	04-08-2010	Bburago		Alighieri Dante	Potenziale	Iniziale	In attesa di contatto	*	
Potenziale vendita	03-08-2010	Bburago		Pascoli Giovanni	Opportunità	In corso	Revisione Offerta	*	
Potenziale vendita	03-08-2010	Bartolini Spa		Manzoni Alessandro	Opportunità	In corso	Presentare offerta	2	
Selezione Italia sud	03-08-2010	Duratrax		Pascoli Giovanni	Opportunità	In corso	Offerta Emessa		E

Figura 7 - Elenco trattative commerciali

Le Causali CRM che pilotano le azioni di consuntivazione e pianificazione possono essere di tipo:

- collaborativo (provvedono ad inserire in agenda appuntamenti ed attività, oppure nel DMS documenti relazionati alla trattativa);
- causali CRM (provvedono ad eseguire azioni quali l'assegnazione, cambio fase, cambio stato, notifiche ecc.);
- causali gestionali (offerta e ordine) sono causali più specifiche che consentono la creazione immediata dei documenti gestionali ereditando dalla trattativa i dati di dettaglio articoli/servizi e le condizioni di vendita. Se abbinate ad eventuali modelli pdf, odt, doc questi documenti possono essere combinati tra loro con utilizzo dei campi variabili (stampa unione) per realizzare un documento, tipicamente offerta commerciale, con testata introduttiva, dettagli prelevati da interessi/articoli presenti sul documento gestionale e forma di saluto finale.

È disponibile la gestione delle **regole di smistamento**, cioè di regole di assegnazione e controllo, che consente in modo assolutamente parametrico di configurare regole (condizioni) al verificarsi delle quali saranno automaticamente elaborate alcune azioni (es. di assegnazione, visibilità e cambio stato, nonché di pianificazione attività/appuntamenti in agenda).

La **Primanota CRM** (**log operazioni**) consente di tenere traccia di tutte le operazioni effettuate su una trattativa, dalla sua nascita alla sua conclusione. Da questa gestione sono inoltre consultabili tutte le entità relazionate alla trattativa stessa.







Viene messo a disposizione del commerciale il *parco contatti* (nominativi, aziende, persone) assegnato all'operatore per poter eseguire non solo trattative commerciali, ma anche semplici azioni collaborative, come ad esempio la pianificazione del proprio giro visite.

Il commerciale può fare l'offerta in modo tradizionale oppure sfruttare l'area portale, tramite la navigazione su catalogo, e confermare un'offerta intestata che sarà visibile in appositi gadget per la relativa approvazione/gestione.

L'integrazione con il gestionale permette la gestione con i dati anagrafici e i dati contabili.

Come detto sopra, è possibile creare **l'offerta commerciale**, cioè un vero e proprio documento in formato DOCX o ODT composto potenzialmente da più documenti, sia a contenuto fisso che variabile, contenente tutti i dati estrapolati dall'offerta stessa e dalla trattativa di riferimento per sfruttare il meccanismo della stampa unione con dati variabili. Il documento finale sarà memorizzato all'interno del DMS ed eventualmente disponibile per una successiva modifica da parte dell'utente.







# <<[Nome società]>> <<[Via e numero civico]>> <<[Codice paese - CAP Città (Provincia)]>> Telefono <<Telefono>> Fax <<FAX>>

### **OFFERTA COMMERCIALE**



Il numero riportato di seguito deve essere incluso in tutta la corrispondenza, in tutte le fatture e in tutti i documenti di spedizione correlati:

N. OFFERTA: << NUMERO>>

A:	DESTINATARIO SPEDIZIONE:
<<[Nome]>>	<<[Nome]>>
<<[Nome società]>>	<<[Nome società]>>
<<[Via e numero civico]>>	<<[Via e numero civico]>>
<<[Codice paese - CAP Città (Provincia)]>> <<[Telefono]>>	<<[Codice paese - CAP Città (Provincia)]>> <<[Telefono]>>

DATA ORDINE	ORDINATO DA	SPEDITO TRAMITE	FRANCO A BORDO	TERMINI
< <dataordine>&gt;</dataordine>	< <ordinatoda>&gt;</ordinatoda>			V.

#### <<DETTAGLIO>>

QUANTITÀ	UNITÀ	DESCRIZIONE	PREZZO UNITARIO	TOTALE
< <qta>&gt;</qta>	< <unità>&gt;</unità>	< <descrizione>&gt;</descrizione>	< <pre>&lt;<pre>&lt;<pre>&lt;<pre>&lt;<pre></pre></pre></pre></pre></pre>	< <importo>&gt;</importo>

Figura 8 - Esempio modello offerta commerciale con campi variabili





#### Navigabilità dei dati

Altro aspetto importante è che tutte le informazioni commerciali possono essere visualizzate e gestite dai commerciali in base alla propria posizione nella struttura organizzativa della Forza Vendita, consentendo a chi appartiene a gruppi gerarchicamente più alti, o se impostato come responsabile di gruppo, di consultare le trattative assegnate ai commerciali "sottoposti".

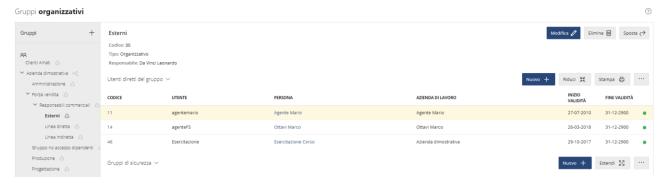


Figura 9 - Struttura per la navigabilità dei dati

#### Dashboard operativa

Strumento fondamentale che consente l'analisi e la condivisione di tutte le informazioni legate all'attività di vendita, la Dashboard fornisce una rapida panoramica di riepilogo sui dati necessari alla forza vendita aziendale.

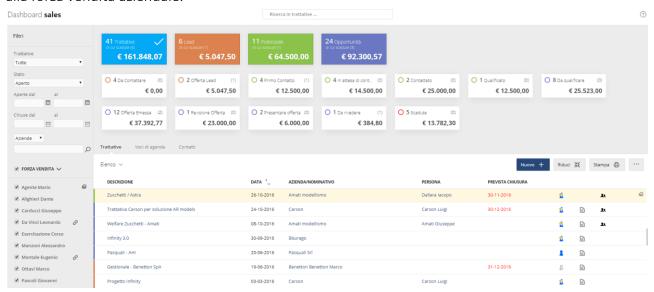


Figura 10 - Dashboard operativa







Particolari gadget consentono di controllare le attività commerciali in base ai propri obiettivi definibili per gruppo o singoli utenti; ad esempio è possibile controllare il tempo di assegnamento delle nuove trattative, il tempo di chiusura, le trattative "dormienti" ovvero che non subiscono modifiche da diverso tempo, ecc...

#### Dashboard amministrativa

Grazie ad integrazioni specifiche di Business Intelligence (Infinity Analytics) è possibile ottenere appositi *visualizzatori* (gadget) che interrogano le campagne commerciali o le singole opportunità e controllare l'effettivo ROI (Return on investment - indice di redditività del capitale investito) di ogni singola iniziativa pubblicitaria e tenere traccia delle segnalazioni di interesse per prodotti o servizi.



Figura 11 – Cruscotti di Business Intelligence







#### **APP CRM Sales**

L'area CRM è disponibile anche in modalità mobile. L'APP CRM Sales è un'applicazione intuitiva che semplifica e automatizza le attività di vendita grazie a comode funzioni a portata di touch: caricare nuovi potenziali clienti, seguire le trattative e consultare i documenti collegati, gestire appuntamenti e contatti non è mai stato così facile.

#### La tua azienda a portata di touch

Con CRM Sales le informazioni non sono più confinate all'interno dell'azienda ma sono accessibili e condivise dal proprio dispositivo mobile. Viceversa le informazioni che spesso rimangono sul telefono del commerciale vengono aggiornate in tempo reale e vanno ad arricchire il patrimonio informativo aziendale.

#### *Il tuo assistente personale*

Grazie all'agenda di CRM Sales non dimentichi le scadenze: note, attività, memo, appuntamenti sono disponibili nel calendario e sono relazionati ai dati relativi a clienti.

#### Risparmiare tempo

Caricamento potenziali semplificato, funzioni di geolocalizzazione e molti altri automatismi consentono un notevole risparmio di tempo, per potersi concentrare di più sui propri obiettivi di vendita.







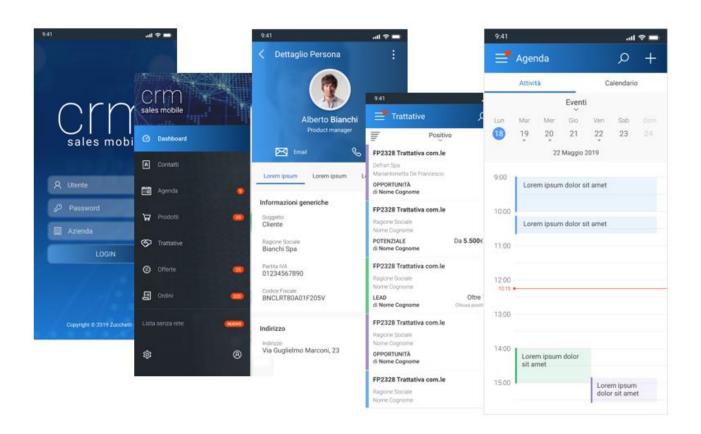


Figura 12 - Esempio App mobile





#### **CRM Support**



L'attività di una azienda non si esaurisce al momento della consegna dei prodotti, ma prosegue con diverse attività post-vendita: assistenza tecnica, servizi di manutenzione, contratti di garanzia, assistenza commerciale, assistenza amministrativa ecc..

Il modulo Post Vendita di CRM consente di definire, registrare e assegnare tutte le problematiche (tickets) aperte dal cliente consentendo la pianificazione, la consuntivazione, l'analisi e la definizione di regole automatiche per delineare tutte le attività.

Il sistema di gestione dei ticket permette la definizione di più "Centri servizi", ognuno dei quali dedicato a specifiche tematiche: ogni centro servizi può essere ad accesso libero o riservato e consente

una serie di parametrizzazioni sulle modalità di gestione dei ticket (es. utilizzo o meno di classificazioni multilivello, associazione a prodotti anche mediante l'uso di appositi cataloghi, integrazione con il sistema di posta di Infinity, attivazione del sistema di notifiche ecc.).

L'operatore del centro servizi ha a disposizione alcuni cruscotti operativi parametrici che facilitano e guidano il suo lavoro, ad esempio ticket in lavorazione, da prendere in carico, in lavorazione nei gruppi di lavoro (per avere una visione, nei limiti del proprio profilo di sicurezza, dei tickets in carico a tutto il gruppo di lavoro), tickets da assegnare (nel caso si adotti una politica manuale di assegnamento dei tickets in ingresso) ecc.







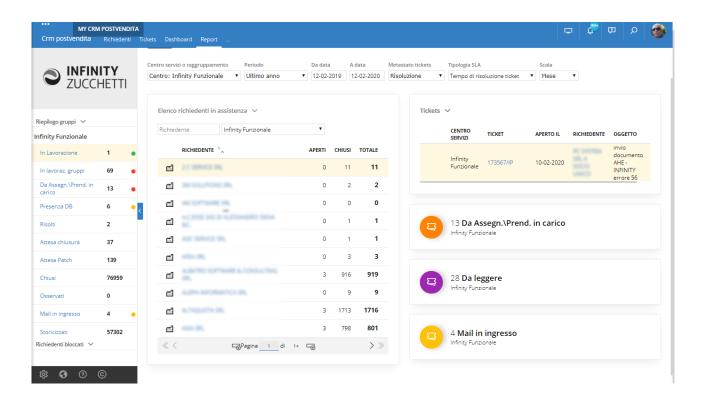


Figura 13 - Esempio Mydesk operatore di supporto





#### Preview del ticket

Per ogni ticket è disponibile una modalità di consultazione a *preview* che consente di prendere visione della storia del ticket in modo rapido e compatto, al fine di mettere in evidenza tutte le operazioni che sono state effettuate su quella richiesta; consente di spostarsi tra un ticket e l'altro mantenendo attiva la visualizzazione della storia del ticket sul quale siamo posizionati sull'elenco.



Figura 14 - Esempio preview ticket

#### Causali (permessi su causali) – Tipologia del canale

Come in ambito Pre-vendita, le azioni sui ticket vengono effettuate tramite l'utilizzo di Causali. Le causali possono definire un cambio dell'operatore che ha in carico la problematica, possono cambiare lo stato del ticket, creare appuntamenti/attività in agenda ecc. È possibile caricare allegati contestualmente al caricamento del ticket: tali allegati saranno memorizzati sul DMS e relazionati al ticket stesso. Ciascuna causale può avere una tipologia ed un canale di comunicazione di default, possono essere inoltre definiti permessi per determinare che un operatore possa o meno utilizzare una causale.







#### Storia ticket

L'utilizzo delle causali consente di tracciare tutte le operazioni effettuate nell'ambito di una problematica, dalla creazione del ticket fino alla sua evasione e chiusura. Tale "storia" può essere consultata dalla scheda del ticket, dai cruscotti e riportata nelle mail in uscita in modo tale che il cliente abbia sempre a disposizione un riepilogo delle operazioni che si sono svolte a seguito della sua richiesta.

Alla gestione dei ticket si affiancano alcuni sottosistemi:

- Gestione **regole trigger di assegnamento**: è possibile assegnare i ticket in ingresso ai vari operatori (o a gruppi di operatori) in base a regole parametriche (es. in base all'argomento del ticket o al prodotto a cui si riferisce, al livello di supporto ecc.).
- Gestione **regole automatiche**: è disponibile un sistema di regole automatiche schedulate che ad ogni elaborazione aggiornano automaticamente i ticket che corrispondono alle condizioni impostate (es: se un ticket è in attesa da più di tot giorni, invia mail al cliente per sollecitare un riscontro).
- Gestione mail: il gestore dei ticket si integra con il sistema di gestione delle mail di Infinity, sia
  per le mail in ingresso (tramite un apposito cruscotto è possibile generare ticket direttamente
  da mail dirette al centro servizi, allegare le stesse ai ticket ecc.), che per quelle in uscita (in base
  al canale di comunicazione scelto dal cliente, è possibile inviare risposte del centro servizi
  direttamente come mail).
- Gestione **notifiche**: alle classiche notifiche di sistema si affianca un sistema di gestione notifiche parametrico (es. alla chiusura di un ticket ad alta priorità avvisare il commerciale di riferimento del cliente, al caricamento di un ticket su un cliente bloccato avvisare il responsabile del centro servizi ecc.) basato su **regole trigger di notifica**.
- Split ticket funzionalità che permette di derivare un nuovo ticket da un ticket esistente. Questa funzionalità risulta utile quando all'interno dello stesso ticket sono confluite più di una richiesta e queste devono essere divise ed assegnate ad operatori distinti che si preoccuperanno di gestirle. Ogni ticket derivato ha il riferimento al ticket che lo ha generato, allo stesso modo i ticket dai quali sono stati generati contengono le informazioni relative ai ticket generati. Una procedura schedulabile permette di propagare lo stato dei ticket "derivati" sul ticket di "origine" per tracciarne l'avanzamento.
- Gestione "Comunicazioni esterne o consulenziali", cioè la possibilità di gestire all'interno del ticket comunicazioni da/verso un soggetto "terzo" che non rappresenta né il richiedente, né un operatore interno.
- Sistema di **storicizzazione** dei ticket chiusi.
- Ricerca avanzata tickets tramite indicizzazione con il motore di ricerca globale Infinity Search.







- Creazione automatica KB (Knowledge Base) per mettere a disposizione degli operatori e dei clienti la base di conoscenza alimentata quotidianamente dalle richieste in assistenza. Un nuovo articolo di KB può dunque essere creato/richiamato direttamente dalla gestione ticket, consentendo ai clienti di poter sfruttare la ricerca delle risposte a problematiche frequenti, in completa autonomia sull'area pubblica.
- È possibile inviare ai clienti delle richieste di **feedback** sui servizi ricevuti; l'espressione del voto da parte del cliente può avvenire con un click dalla mail oppure da una apposita pagina di voto e commento del sito di post-vendita

Il modulo è nativamente integrato con l'area collaborativa (gestione delle mail, degli allegati su DMS, creazione di task di agenda ecc.) e anche con l'area gestionale ad esempio per la gestione delle matricole prodotti e la creazione di documenti gestionali come ordini e offerte.







I responsabili del centro servizi possono utilizzare alcuni **cruscotti di controllo** aggiuntivi (standard e/o parametrici) che permettono di visualizzare in modo rapido tutte le informazioni inerenti la situazione delle problematiche aperte ed i carichi per i vari clienti del centro servizi, per i vari operatori e gruppi di operatori.

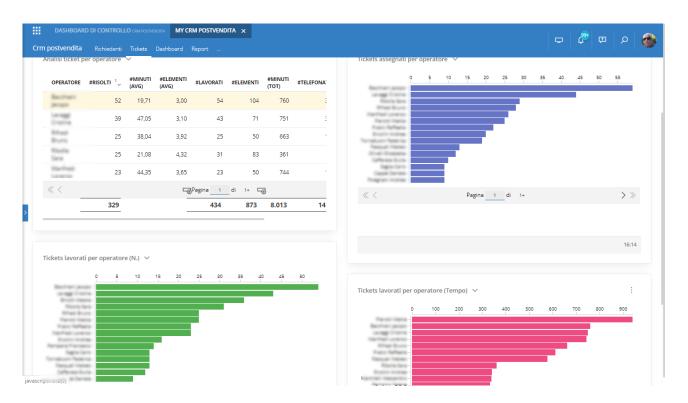


Figura 15 - Cruscotto di riepilogo

Tra questi Cruscotti è disponibile anche la **Dashboard di controllo SLA**, relativa all'analisi dei tickets in termini di rispetto delle scadenze pre-stabilite per garantire i livelli di servizio (SLA). Le scadenze possono essere fissate in base a tutte la caratteristiche del ticket, e vengono monitorate tenendo conto del calendario lavorativo aziendale. È disponibile un sistema di notifica altamente parametrico specifico per l'avviso/preavviso di violazione di questi obiettivi aziendali.







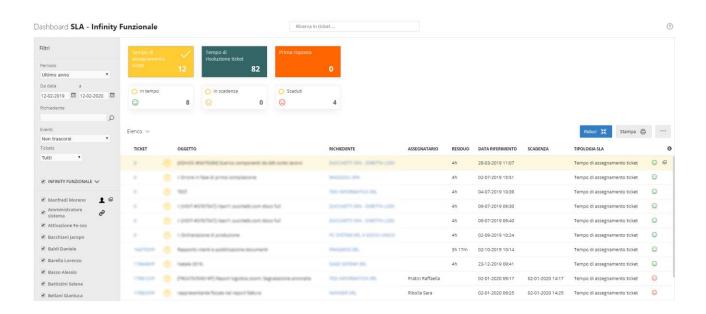


Figura 16 - Dashboard di controllo SLA

Sempre ai fini dell'analisi e controllo dei livelli del servizio fornito, sono disponibili gli indicatori di prestazioni (KPI), una serie di gadget che riportano grafici aggiornati ad intervalli regolari o in tempo reale relativamente all'andamento dei centri servizi.







Figura 17 - Esempio di gadgets KPI

Disponibile il **Portale di supporto CMS**: si tratta di un portale basato su Infinity CMS che permette al cliente di accedere ai centri servizi ai quali è abilitato, gestire i ticket pre-esistenti ed inviare nuove richieste. Accedendo con le proprie credenziali, il cliente del centro servizi può visualizzare i ticket aperti/chiusi che lo riguardano, può amministrare alcune impostazioni di visualizzazione e configurazione, può caricare nuovi ticket e consultare lo storico delle proprie richieste verificandone lo stato di evasione ecc. e accedere all'area della **Knowledge Base** per poter in completa autonomia ricercare le risposte più idonee alle proprie richieste. L'area CRM Support sarà anche disponibile per il cliente in modalità mobile sfruttando template responsive.





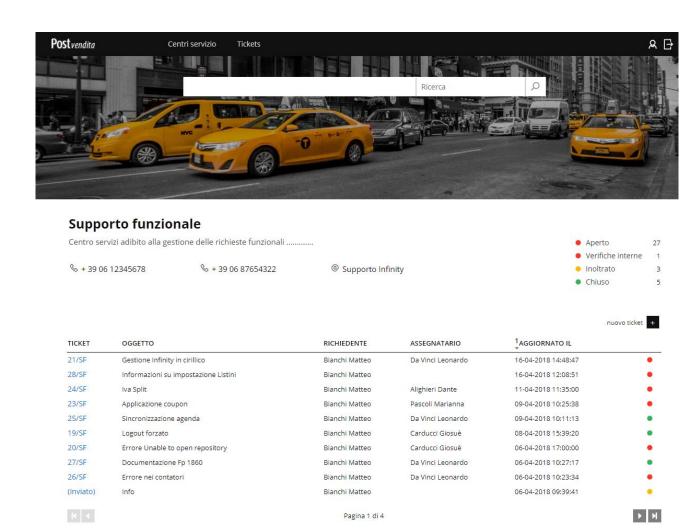


Figura 18 - Esempio area pubblica cliente







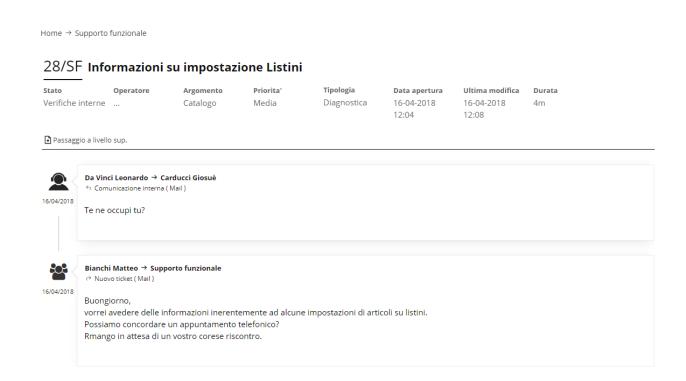


Figura 19 - Esempio area pubblica cliente dettaglio ticket







Integrazione Centralino VOIP (Richiede Infinity Communication): mediante questa funzionalità è possibile recuperare le informazioni dalla chiamata in ingresso, con la possibilità di aprire immediatamente su Infinity la scheda di servizio (landing page) organizzata con gadget specifici in base all'ambito di lavoro dell'utente corrente.



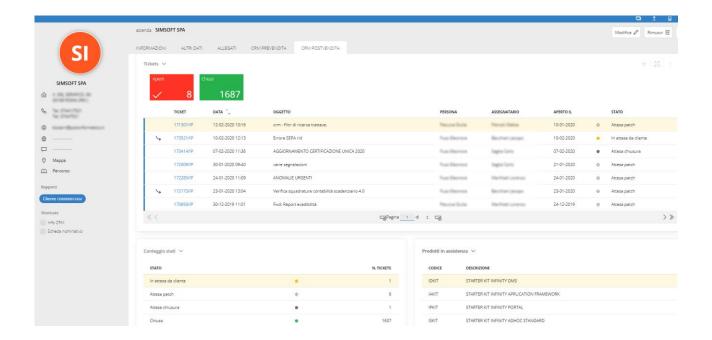


Figura 20 - Esempio di scheda sintetica legata al numero di telefono del chiamante







#### 4. PREREQUISITI

#### **PREREQUISITI**

#### **Infinity Application Framework**

Prerequisito di ogni applicazione della famiglia Infinity Zucchetti, implementa il paradigma del Virtual Workspace mettendo a disposizione delle applicazioni che ospita una nutrita serie di servizi di base che vanno dalla profilazione degli utenti alla sicurezza sui dati, dal sistema dei menu alla centralizzazione delle informazioni delle entità che interagiscono con l'azienda. Funzionalità personali di MyDesk, News, Posta Elettronica, Agenda e Rubrica offrono all'utente un evoluto ambiente di collaborazione che completa ed integra lo spazio di lavoro virtuale a disposizione dell'utente.

#### **REQUISITI TECNICI**

Infinity CRM è una soluzione integralmente Web, utilizzabile mediante i più diffusi Internet Browser di ultima generazione. E' compatibile con i più comuni sistemi operativi server (Windows, Linux, Unix), database (Microsoft SQL Server, SQLExpress, Oracle, Postgres, MySQL ecc.) e con i più utilizzati Application e Web Server (Tomcat, Apache, IIS, Websphere ecc.)







#### 5. MODULI AGGIUNTIVI – INTEGRAZIONI

#### **MODULI AGGIUNTIVI**

#### **Business Process Management**

Consente di disegnare, eseguire e controllare complessi processi aziendali che gestiscono il flusso delle operazioni da eseguire in base alle regole definite attraverso un evoluto strumento grafico. Tramite la MyDesk vengono distribuite le singole attività da eseguire fra gli utenti coinvolti, con la possibilità di controllare lo stato di avanzamento dei singoli processi in corso e i relativi tempi di lavorazione.

Il Business Process Management garantisce il corretto e controllato espletamento di complessi processi aziendali e il conseguente aumento di efficienza e qualità operativa.

#### **Document Management System**

Sistema di gestione e distribuzione dei documenti che consente di migliorare l'efficienza aziendale attraverso un'organizzazione ottimale dei processi documentali: meno tempo per cercare le informazioni e condividerle, meno denaro speso in carta grazie alla completa dematerializzazione dei flussi documentali.

#### Knowledge Base (base di conoscenza)

Il sottosistema permette la costruzione di una base di conoscenza del centro servizi, destinata ad uso degli operatori interni e/o dei Clienti del centro servizi stesso. La base di conoscenza viene alimentata dal sistema dei ticket e/o manualmente mediante l'inserimento di apposite schede alle quali è possibile allegare documenti anche multimediali. La base di conoscenza è accessibile mediante un apposito motore di ricerca.



