

eeo  
crm

le soluzioni crm  
di Macro Group  
per migliorare il rapporto  
con i propri clienti

macro  
e-BUSINESS SOLUTIONS group



Ogni azienda ha, tra i suoi principali obiettivi, quello di instaurare il miglior rapporto possibile con i propri clienti. Questo diventa quasi un obbligo nel moderno mondo degli affari.

Spesso però l'intenzione non è sostenuta da un'organizzazione altrettanto efficiente in quanto non viene fornita una soddisfacente classificazione dei clienti.

La soluzione egocrm ha tra i suoi obiettivi: individuare i rapporti che hanno regressioni, fornire informazioni di analisi, conoscere le posizioni a rischio, fornire strumenti di comunicazione, di supporto e di strategia in tutte le aree aziendali.

È uno strumento importante anche per gestire la conoscenza, i processi aziendali e l'organizzazione delle attività di team oltre che i processi di collaborazione con i partner.

egocrm si propone di coprire le seguenti **aree** di competenza:

customer & marketing management

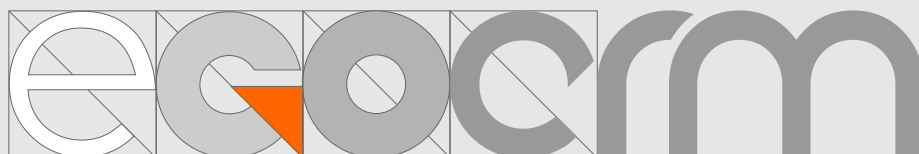
sales force automation

enterprise workgroup organisation

business & web (B2B)

support & customer care

workflow management.



## area customer & marketing management

Dalle recenti ricerche di mercato risulta che uno dei motivi più frequenti della defezione di un Cliente, è l'averlo ignorato, o non seguito a sufficienza. Questo motivo è superiore di cinque volte a tutte gli altri, rimarcando così l'importanza di avere processi e strategie adeguate nei rapporti con la clientela.

Tali rapporti sono spesso fondati più sull'esperienza e sulle capacità dei singoli che su un'organizzazione strutturata, anche in realtà aziendali di grandi dimensioni. In tale situazione è dispendioso reperire le informazioni.

Diventa quindi fondamentale un'organizzazione che sia in grado di fornire strumenti utili alle decisioni strategiche e supporto agli utenti, trasformando l'attività di gestione dei rapporti con la clientela in attività di business. In questo modo si fornisce valore aggiunto, si consolidano i rapporti, si acquista fiducia con riscontri sempre più positivi.

Fanno parte dell'area customer & marketing management:

contact manager

azioni marketing & campagne

competitors

business opportunity

marketing plan

offer monitoring

document Library

dossier

MG gateway.



# area customer & marketing management

## contact manager

Nelle aziende i contatti rappresentano spesso un patrimonio individuale non condiviso. La concentrazione dei contatti in un unico archivio costituisce un enorme vantaggio, indipendentemente dalla provenienza, offrendo alle persone autorizzate un'agevole consultazione.

Utilizzando gli strumenti di comunicazione più evoluti è possibile effettuare analisi, classificazioni e raggruppamenti oltre che per il marketing anche ad uso gestionale.

Contact manager è il "modulo base" al quale si collegano tutte le applicazioni complementari; con questi strumenti si ha così la possibilità di gestire tutte le informazioni relative ai contatti codificati (offerte in corso, gestione visite pianificate, fatture, forniture, ecc...).

Permette inoltre di gestire mailing list, elaborazioni ed estrazioni per la diffusione di informazioni per categoria o per tipologia, per zona o per caratteristica del contatto, sia che si tratti di una persona che di una società. I vantaggi che ne conseguono sono un'aumentata produttività e una maggiore velocità di accesso alle informazioni in senso orizzontale.

Può essere collegato ai dati anagrafici gestionali.

## azioni di marketing & campagne

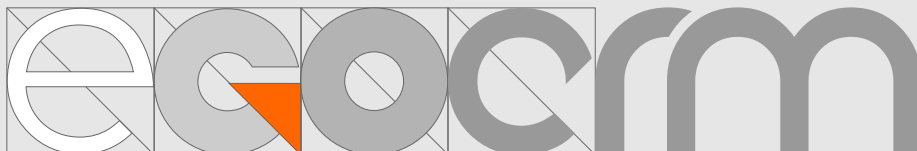
Quante volte l'azienda si è chiesta quali sono i clienti acquisiti e quali quelli potenziali che si collocano in un determinato mercato? Quante volte la direzione marketing ha desiderato raggiungere il maggior numero di potenziali acquirenti, in modo sistematico, mediante comunicazioni, inviti, promozioni, senza dover ogni volta impiegare risorse e mezzi per ripetere operazioni già effettuate?

E anche quando, con diversi livelli di impegno, l'azienda è riuscita a produrre questi target, quante volte la direzione commerciale si è chiesta, posizionata su un contatto o su un mercato, quali azioni hanno raggiunto il contatto o il mercato stesso?

Spesso l'impegno e le risorse sono più rivolte ad ottenere l'informazione, trascurando lo scopo dell'informazione stessa. Diventa fondamentale considerare l'informazione obiettivo primario per il raggiungimento del target (di qualunque natura esso sia).

È su questo che le risorse aziendali devono concentrarsi e ciò diventa possibile solo con l'utilizzo di uno strumento che si metta al servizio delle risorse in modo semplice e veloce, per il recupero agevole di tutte le informazioni sia a livello di preparazione che a livello consuntivo/statistico di interrogazione.

Diventa così molto più facile concentrarsi sull'azione da eseguire per ottenere il miglior risultato sulla più vasta platea potenziale disponibile.



# area customer & marketing management

## competitors

Fornire ai propri funzionari commerciali strumenti solidi e soprattutto chiari per affrontare il Cliente e il mercato, è sempre più spesso un'arma vincente dell'azienda, che si concretizza concentrando le proprie forze sugli obiettivi da raggiungere, non sul come recuperare le informazioni reinventando ogni volta le stesse strategie.

Poter recuperare, catalogare e classificare le informazioni sui concorrenti è uno dei fattori più importanti quando non si opera in un regime di monopolio.

In seguito è possibile codificare e classificare i prodotti propri e quelli dei concorrenti per metterli a confronto e ottenere dei benchmark che possono essere pubblicati, divulgati, esposti su internet.

## business opportunity

Monitorare l'attività dei propri funzionari commerciali non è solo una funzione di controllo, ma soprattutto un importante strumento di analisi. È la visita o il contatto con il Cliente o potenziale Cliente che permette di sondarne l'umore e le potenzialità, oltre che generare opportunità di business.

La raccolta di informazioni deve poter essere pianificata, oppure pilotata e configurata secondo le esigenze e la tipologia di interlocutori, sia che si tratti di una visita personale sia telemarketing.

Per non diventare un dato fine a se stesso, il risultato del contatto deve vivere all'interno dell'azienda e muoversi in autonomia, pilotato da regole e criteri di indirizzamento per consentire un'ottimizzazione dei dati, del tempo e delle risorse.

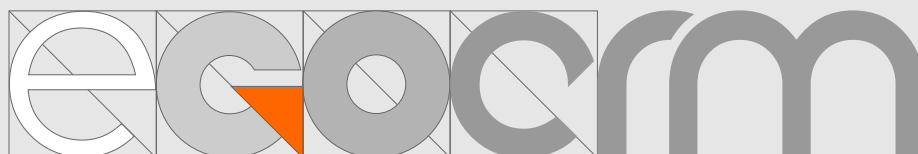
Le informazioni devono poter viaggiare con le persone, sia in ingresso che in fase di analisi, non solo all'interno dell'azienda, ma in qualunque posto la persona si trovi e con il maggior numero di strumenti informatici possibili.

## marketing plan

Ad un esperto e attento analista di mercato i dati non bastano mai. Il vero problema è ottenere riepiloghi e riassunti che diano messaggi chiari e rapidi in tempi strategicamente utili, anche a coloro che esperti e attenti non sono ma che comunque hanno l'assoluta necessità di operare con quei dati.

Prendere decisioni importanti o pianificare strategie nuove aiutati da uno strumento di sintesi, può essere allora un'attività più semplice e più efficace.

Per avere un valido supporto all'attività decisionale necessaria ad affrontare il mercato con propri prodotti e su larga scala è fondamentale avere dati sintetici dal chiaro significato.



# area customer & marketing management

## offer monitoring

L'attività dei funzionari commerciali può essere ripetitiva, caotica, con frequenti sbalzi di umore, tra un'alternarsi di periodi che hanno scarso movimento con altri momenti di attività intensa e frenetica.

L'importante è non perdere "la bussola" cioè non perdere di vista la situazione delle trattative aperte, tenere in evidenza le più interessanti e valutarle in base ad indici calcolati su percentuali di successo.

Con uno strumento che svolge queste funzioni, sarà sufficiente concentrarsi sul target individuato, senza dispersioni e ulteriori attività di gestione.

## document library

È un'applicazione per la gestione, l'archiviazione, la ricerca e la catalogazione di tutti i documenti utilizzati nel lavoro d'ufficio, dagli appunti estemporanei alla redazione di documenti complessi, alla memorizzazione della corrispondenza sia in partenza che in arrivo.

Opera anche in collegamento con Lotus Smartsuite o Microsoft Office.

## dossier

Cosa si può desiderare maggiormente davanti ad un interlocutore importante, rigoroso e pignolo, senza avere preparato nulla in anticipo?

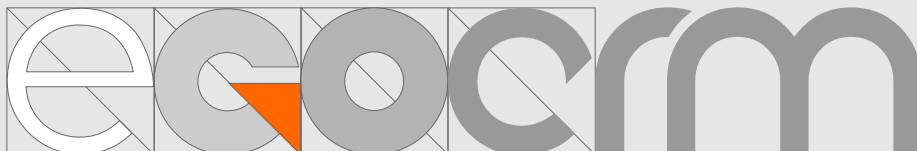
A volte basta solamente un pulsante che apra le pagine di un dossier dove tutto sta scritto e documentato.

## MG gateway

È uno strumento di middleware flessibile e multifunzionale che permette di raccogliere archivi generati dal sistema (e più in generale qualsiasi tipo di file), trasformarli, se richiesto, in formato PDF, archivarli in formato digitale e spedirli via fax o via e-mail.

Un sofisticato sistema di configurazione permette di decidere le modalità di ricerca dei dati da inviare estraendoli da diverse fonti, permette di impostare per ogni tipo di documento le modalità di spedizione (veicolo prioritario, automatico, semiautomatico o manuale, ...), le modalità di archiviazione, il comportamento in caso di non-delivery, ...

Può essere collegato al processo di archiviazione elettronica.



## area sales force automation

Il processo di vendita ha come protagonisti uomini, clienti e prodotti. La complessità di gestire l'iterazione tra questi elementi tende progressivamente ad aumentare ed il mercato si evolve, con esigenze sempre maggiori.

All'ufficio vendite viene richiesta una maggiore capacità nel seguire il cliente, insieme ad una più approfondita conoscenza dei prodotti. Le esigenze della forza vendita distribuita sul territorio, degli uffici commerciali di sede, trovano nell'applicazione sales force automation, sviluppata in ambiente Domino, una risposta adeguata.

Questo processo esprime proprio le sue maggiori potenzialità in ambienti distribuiti, con collegamenti interfunzionali tra il territorio e la sede.

### funzionalità

sales force automation prevede, riorganizza e gestisce una realtà commerciale con clienti e prodotti "in movimento". Le funzionalità considerano la flessibilità necessaria quando clienti e prodotti sono in costante evoluzione.

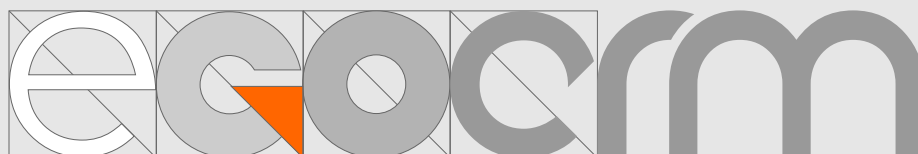
I funzionari commerciali, dotati di PC portatile o palmare, possono consultare le schede dei prodotti, verificarne la disponibilità, consultare i listini, raccogliere ordini, emettere copie commissioni, calcolare provvigioni, gestire la posizione del cliente, gestire back-order.

### automazione

Il modulo serve per la gestione del listino interno, del listino agenti, del carrello per gli acquisti, del workflow di approvazione, delle statistiche.

È già collegato ai sistemi ACG, ego Web Edition, ma è aperto anche ad altri.

Informatizzare l'area commerciale costituisce una decisione strategica che richiede la revisione dei processi aziendali sulla base di un approccio customer-oriented.



## area enterprise workgroup organisation

I flussi che caratterizzano l'informatica non strutturata sono organizzati secondo specifiche funzioni e permettono di gestire, elaborare e scegliere tutte le informazioni in modo rapido e puntuale.

Le informazioni sono un patrimonio comune: i contatti, i riferimenti, le annotazioni, i documenti vengono rilevati ed organizzati in modo da rendere possibile una gestione della "conoscenza Aziendale" (knowledge management). La documentazione cioè - prodotta o da produrre - sia nel formato originario sia in formato digitale viene memorizzata in aggregazioni omogenee per rispondere meglio ai criteri più diffusi e razionali di ricerca.

Le iterazioni dei diversi reparti aziendali si trasformano in un patrimonio comune. Adeguate procedure di backup garantiscono la sicurezza dei dati mentre opportuni livelli di accesso ne garantiscono la riservatezza.

Fanno parte dell'area enterprise workgroup organisation:

document library

contact manager

nota spese

comunicazioni interne

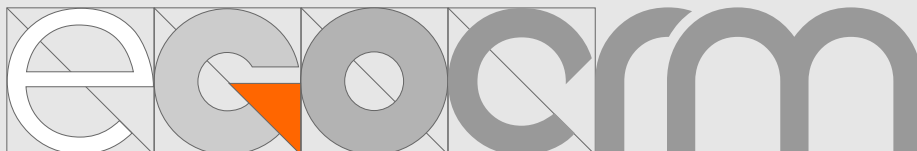
workflow engine

mg gateway

verbali di riunione

easy db syncro

mail system & fax integration.



# area enterprise workgroup organisation

## document library

È un'applicazione per la gestione, l'archiviazione, la ricerca e la catalogazione di tutti i documenti utilizzati nel lavoro d'ufficio, dagli appunti estemporanei alla redazione di documenti complessi, alla memorizzazione della corrispondenza sia in partenza che in arrivo.

Opera anche in collegamento con Lotus Smartsuite o Microsoft Office.

## contact manager

Nelle aziende i contatti rappresentano spesso un patrimonio individuale non condiviso. La concentrazione dei contatti in un unico archivio costituisce un enorme vantaggio, indipendentemente dalla provenienza, offrendo alle persone autorizzate un'agevole consultazione.

Utilizzando gli strumenti di comunicazione più evoluti è possibile effettuare analisi, classificazioni e raggruppamenti oltre che per il marketing anche ad uso gestionale.

Contact manager è il "modulo base" al quale si collegano tutte le applicazioni complementari; con questi strumenti si ha così la possibilità di gestire tutte le informazioni relative ai contatti codificati (offerte in corso, gestione visite pianificate, fatture, forniture, ecc...).

Permette inoltre di gestire mailing list, elaborazioni ed estrazioni per la diffusione di informazioni per categoria o per tipologia, per zona o per caratteristica del contatto, sia che si tratti di una persona che di una società. I vantaggi che ne conseguono sono un'aumentata produttività e una maggiore velocità di accesso alle informazioni in senso orizzontale. Può essere collegato ai dati anagrafici gestionali.

## nota spese

Si tratta del processo di gestione della documentazione relativa alla nota spese dei collaboratori, che inizia dalla lettera d'incarico e dalla tabella aggiornata delle tariffe dei rimborsi chilometrici, per arrivare all'approvazione e alla contabilizzazione dei consuntivi di spesa documentati.

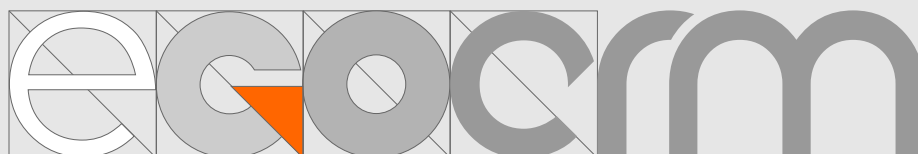
L'applicazione permette di gestire tre stati del documento, dalla richiesta alla contabilizzazione, registrando il riepilogo delle spese per causale e il rimborso chilometrico giornaliero.

Progettato per funzionare anche in repliche locali per utenti remoti, tale processo è caratterizzato da un elevato livello di riservatezza delle informazioni memorizzate.

## verbali di riunione

Permette di redigere i verbali di riunione, con invitati e cc, con gestione degli accessi ai singoli documenti.

Un'apposita sezione registra e archivia le azioni e gli incarichi assegnati, trasmettendo automaticamente all'interessato la descrizione dell'attività da svolgere e la relativa schedulazione.



# area enterprise workgroup organisation

## comunicazioni interne

È il processo di gestione delle comunicazioni interne e della bacheca aziendale, contenente i ruoli e le autorizzazioni di accesso che si possono personalizzare per singolo documento.

L'applicazione permette a tutti i reparti aziendali di accedere in maniera centralizzata e interattiva alle informazioni divulgate dall'azienda quali circolari, notizie, allegati come documenti ed immagini in qualsiasi formato, che sono aggiornate in tempo reale attraverso un rigoroso controllo degli accessi a livello di specifica competenza.

## workflow engine

La gestione e l'automazione dei flussi aziendali e delle procedure descritte dalla qualità, sono uno dei punti focali per l'ottimizzazione della gestione dell'azienda. Questo coincide con un aumento della produttività e un maggior controllo dello stato d'avanzamento dei processi con una conseguente riduzione dei costi.

Un motore di codifica dei flussi, flessibile e funzionale, diventa lo strumento di base per il raggiungimento del risultato sul quale appoggiare qualsiasi tipo di processo aziendale.

## MG gateway

È uno strumento di middleware flessibile e multifunzionale che permette di raccogliere archivi generati dal sistema (e più in generale qualsiasi tipo di file), trasformarli, se richiesto, in formato PDF, archivarli in formato digitale e spedirli via fax o via e-mail.

Un sofisticato sistema di configurazione permette di decidere le modalità di ricerca dei dati da inviare estraendoli da diverse fonti, permette di impostare per ogni tipo di documento le modalità di spedizione (veicolo prioritario, automatico, semiautomatico o manuale, ...), le modalità di archiviazione, il comportamento in caso di non-delivery, ... Può essere collegato al processo di archiviazione elettronica.

## easy db syncro

Collegare le applicazioni in ambiente Lotus Domino può essere semplice e veloce se si utilizza un'adeguata interfaccia per un'agevole mappatura dei dati. Questo processo permette di mantenere sincronizzate le tabelle relazionali con i database di Lotus Notes, sfruttando i collegamenti ai vari database relazionali.

Progettato per sincronizzare le anagrafiche gestionali con il prodotto Contact Manager, ha la caratteristica di essere facilmente configurabile e per la sua flessibilità può essere utilizzato per qualsiasi tipologia di database.

Ulteriori estensioni permettono di elaborare dati provenienti anche da Microsoft Excel e da Database Notes.



## area business & web (b2b)

I rapporti tra aziende, mercato e partners sono caratterizzati dal fatto che sia l'acquirente sia il venditore perseguono gli stessi obiettivi e hanno configurazioni organizzative e decisionali molto simili.

Lo strumento per potere sfruttare meglio questa caratteristica è il web, che permette di espandere il proprio mercato, aprendosi senza limiti sulla rete geografica e modificando in questo modo l'esperienza tramite nuove tipologie di potenziali clienti.

L'aumento della visibilità della propria azienda genera attenzione nei confronti del proprio brand, dei prodotti e dei servizi offerti, richiede la diminuzione dei tempi di risposta nell'iterazione sia con i clienti acquisiti sia con i clienti potenziali, con i partner, con i fornitori e con i rivenditori.

Il nuovo potenziale permette di fornire nuovi servizi alla propria clientela ed ai partner commerciali che possono aumentare considerevolmente il valore aggiunto del rapporto.

Fanno parte dell'area b2b:

web sites

products catalog

web orders

spare parts

back orders.



## area support & customer care

Alla crescita quantitativa del commercio elettronico non ha sempre corrisposto un'equivalente crescita qualitativa. È fondamentale che l'azienda metta a disposizione tutto ciò che serve per agevolare il Cliente dopo l'acquisto di un prodotto o di un servizio. La soddisfazione del Cliente è un valore primario e la tecnologia deve essere un supporto importante nella realizzazione dei servizi che perseguono questo obiettivo.

È così che i servizi di post vendita possono diventare sempre di più una discriminante nella scelta di un partner o di un fornitore, diventando uno dei punti di forza emergenti con cui rivolgersi al mercato.

Utilizzando le funzionalità di real-time collaboration (Lotus Sametime), il Cliente che apre una richiesta di assistenza via web, può mettersi in una sala d'attesa virtuale per potere parlare direttamente con l'operatore via chat, audio o video.

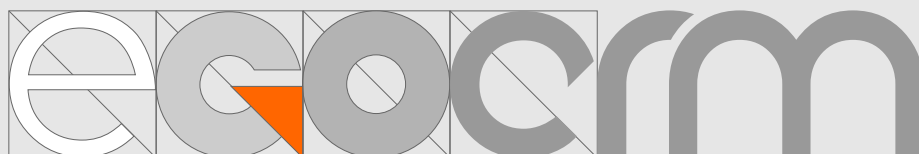
Fa parte dell'area support & customer care:

### customer support

L'applicazione permette di gestire le richieste di assistenza (tecnica e sistemistica) e le richieste di informazioni provenienti dai Clienti.

L'operatore provvede a registrare, classificare o raggruppare le chiamate, inviandole ai reparti competenti, dove gli specialisti potranno esaminare ogni richiesta e verificarne lo stato di avanzamento in tempo reale, fino all'evasione.

Opportune elaborazioni statistiche permettono, a consuntivo, di effettuare valutazioni sia a livello quantitativo sia per la priorità assegnata. Altre statistiche forniscono i tempi medi di risposta, selezionati per Cliente o per tipo di chiamata. I problemi riscontrati vengono archiviati insieme alle rispettive soluzioni e, opportunamente classificati, vanno a implementare, ma soprattutto ad arricchire, il patrimonio della conoscenza aziendale (knowledge management).



## area workflow management

Un'azienda vive di processi e procedure, iterazioni e meccanismi spesso consolidati ma che non vivono però con l'azienda ma con le persone.

È infatti vero che in alcune realtà intere aziende sono state messe in crisi dall'assenza di poche persone "titolari" di alcuni importanti processi di funzionamento dell'azienda stessa.

Diventa quindi fondamentale investire non solo sulle persone ma sul patrimonio di conoscenza che negli anni l'azienda ha costruito su di loro, condividendo e informatizzando tale ricchezza in modo tale che diventi disponibile per tutti e, di conseguenza, l'azienda diventi veramente proprietaria del proprio know-how.

I processi considerati critici ai fini della certificazione di qualità, possono essere automatizzati, con elaborazioni trasparenti e in real time anche in realtà distribuite, in modo da rendere agevole la raccolta di documentazione.

Fanno parte dell'area workflow management:

workflow engine

quality support

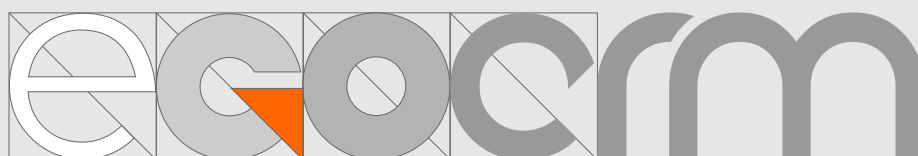
progettazione

reclami

non conformità

richieste d'acquisto

manuali e mansionari.



# area workflow management

## workflow engine

La gestione e l'automazione dei flussi aziendali e delle procedure descritte dalla qualità, sono uno dei punti focali per l'ottimizzazione della gestione dell'azienda. Questo coincide con un aumento della produttività e un maggior controllo dello stato d'avanzamento dei processi con una conseguente riduzione dei costi.

Un motore di codifica dei flussi, flessibile e funzionale, diventa lo strumento di base per il raggiungimento del risultato sul quale appoggiare qualsiasi tipo di processo aziendale.

## reclami

Si tratta di una verticalizzazione del modulo Workflow Engine.

## progettazione

La progettazione realizzata all'interno dell'azienda è una funzione strategica che coinvolge spesso la totalità dei reparti e può vivere un percorso lungo e articolato.

Diventa importante seguire in ogni momento la vita di un progetto, assegnare incarichi, attività e competenze, memorizzare la documentazione, nonché elaborare a consuntivo le ore dell'attività, con il controllo delle risorse e dei progetti.

## non conformità

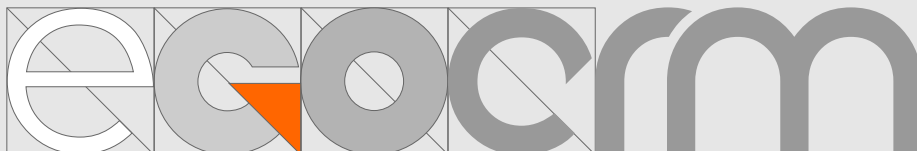
Si tratta di una procedura descritta nel manuale della qualità. L'applicazione viene configurata secondo regole definite dalla procedura, per livello di responsabilità e secondo una sequenza di competenza.

La non conformità è seguita in tempo reale durante tutta la sua esistenza, da tutti i reparti o solo da quelli competenti, fino alla sua conclusione. È possibile avere sempre informazioni statistiche sulla durata delle varie fasi.

## manuali & mansionari

È l'applicazione per la descrizione, la redazione, l'archiviazione, l'approvazione e la distribuzione delle guide operative, delle procedure e dei mansionari.

La pubblicazione dei documenti è preceduta da un ciclo di approvazione e la distribuzione all'interno dell'azienda può essere pubblica oppure riservata per reparto.



## area workflow management

### richieste d'acquisto

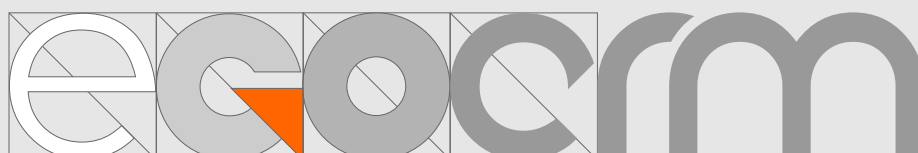
Si tratta della gestione richieste d'acquisto di materiale. Ogni reparto che ne sia autorizzato può creare le richieste per sottoporle ad approvazione nel rispetto dei criteri stabiliti dalle procedure di qualità e dalla posizione nell'organigramma aziendale.

Ogni reparto potrà variare temporaneamente il percorso di approvazione, trasferendo la richiesta di acquisto a reparti diversi oppure che svolgono l'attività di altri, in via temporanea.

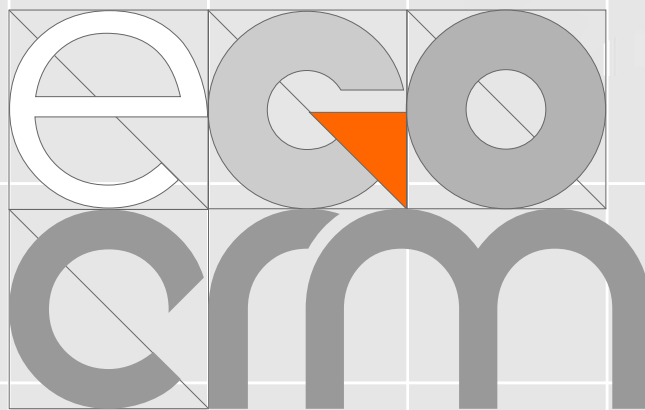
La richiesta può essere seguita fino al ricevimento merce.

---

fine







Macro Group S.p.A.  
BOLOGNA, 40068 San Lazzaro di Savena, via Emilia 292,  
tel. 051.6229711, fax 051.6229798  
[www.macrogroup.it](http://www.macrogroup.it) - [marketing@macrogroup.it](mailto:marketing@macrogroup.it)

Macro Verona S.r.l.  
VERONA, 37135, via del Perlar 37/b,  
tel. 045.8204590, fax 051.6229798  
[www.macroverona.it](http://www.macroverona.it) - [marketing@macroverona.it](mailto:marketing@macroverona.it)

Macro Treviso S.r.l.  
TREVISO, 31057 Silea, via Galileo Galilei, 2 int.4  
tel. 0422.460011, fax 0422.363233  
[www.macrotreviso.it](http://www.macrotreviso.it) - [marketing@macrotreviso.it](mailto:marketing@macrotreviso.it)

Info Consulting S.r.l.  
ANCONA, 60027 OSIMO, via Chiusa 6  
tel. 071.7108261, fax 071.7201713  
[www.infoconsulting.it](http://www.infoconsulting.it) - [marketing@infoconsultingsrl.it](mailto:marketing@infoconsultingsrl.it)