

 **GAT.crm**[®]
News

GAT NEWS - Periodico Informativo
Febbraio 2007

Numero XXIX



14 Febbraio 2007

Questa pubblicazione è puramente informativa. SISECO SRL non offre alcuna garanzia, esplicita od implicita, sul contenuto.
I marchi e le denominazioni sono di proprietà delle rispettive società.
Redazione a cura del Team di Sviluppo di GAT.crm

SOMMARIO del numero di Febbraio 2007

PRESENTAZIONE	3
Un ricordo speciale.....	4
Novità dal mondo CRM & Contact Center	5
LA PIANIFICAZIONE DEL MARKETING	5
E-MAIL IN AZIENDA? SOLO PER LAVORO	6
GLI INVESTIMENTI: COLONNE PORTANTI DELLA CREAZIONE DI VALORE	8
TRE MODI PER EVITARE CLIENTI INSODDISFATTI	11
SISECO informa	12
NUOVA PROCEDURA R.M.A. PER CUFFIE PLANTRONICS - NEW! -	12
Novità GAT	13
NUOVA TABELLA COMUNI: I NUOVI CAP E LE NUOVE PROVINCE - A BREVE!	14
NUOVA MASCHERA GESTIONE UTENTI.....	15
GESTIONE MULTI TURNO DELLE ENTRATE / USCITE OPERATORI.....	15
IMPORTANTI MODIFICHE IN UTILITÀ / OPZIONI.....	16
NUOVO SISTEMA DI GESTIONE OPA	18
ASSISTENZA PIÙ RAPIDA CON NETSUPPORT	20
Lo sapevi che con GAT.....	21
PRIMO DEL MESE IN AUTOMATICO	21
ATTIVAZIONE SU POSTAZIONE PRIMARIA AL PRIMO DEL MESE: "MODALITÀ UNATTENDED"	21
IN QUANTI MODI SI STAMPA L'AGENDA?	22
STAMPA ANAGRAFICA DEL CLIENTE	23
INVIO APPUNTAMENTI AL PALMARE SEMPRE PUNTUALE	24
Lo sapevi che con Voip.. ..	25
NUOVA VERSIONE GAT VOIP	25
Seminari ed incontri	28
APPUNTAMENTO CON VOICECOM	28
Servizi, Formazione e Gadgets.....	29
TELE FORMAZIONE E CORSI DI AGGIORNAMENTO GRATIS - NEW!	29
QUALI SERVIZI PUOI EROGARE CON GAT: "SEGRETERIA VIRTUALE"	30
GADGETS GAT.CRM	32
Sviluppi in corso... ..	33
GAT5 - SARÀ UN NUOVO MONDO !	33
GAT.GEO - GEOREFERENZIAZIONE VERSIONE FULL	33



SISECO - Soluzioni Informatiche
www.siseco.com - www.gat4.com - info@siseco.com

PRESENTAZIONE

Gentili Clienti,

Bentornati nei Vostri Call Center ed alle *novità di GAT e del mondo CRM.*

Vi ricordiamo tutti i numeri e gli indirizzi per raggiungerci:

 assistenza.gat@siseco.it -  0331-341917 -  0331-354609

FAQ: http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/faqqat_tecn.htm (scaricabili in PDF)

Filmati dimostrativi: <http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/videogat.htm>

Manuale on Line: <http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/default.htm>

Vi diamo appuntamento al prossimo numero di GATNEWS e nel frattempo ... buona lettura!



GAT4 News[®] è un periodico informativo sul mondo delle soluzioni C.R.M., Contact Center e Telemarketing.

Analizza le novità e le tendenze del mercato, illustrando come GAT Enterprise (piattaforma di C.R.M., Contact Center, Telemarketing e CTI Solutions) accolga le novità offrendo sempre nuove funzioni.

La piattaforma GAT in sintesi

- ↳ Soluzione C.R.M. completa
- ↳ Analisi R.F.M.
- ↳ Gestione Segnalazioni, Contratti, Analisi di Efficacia produttività
- ↳ Call Center IN/OUT Bound con Sistema CTI VOIP Integrato
 - IVR, ACD, Coaching, Code, Identificazione Chiamante, Registrazione conversazioni, Gestione Gruppi, Permessi
 - Chiamate Automatiche, Deviazione chiamate, Supervisione
 - Predictive Dialing, Power Dialing
- ↳ Telemarketing e Teleselling multicampagna
- ↳ Automazione agenti con acquisizione contratti, firme, documenti e pagamenti tramite Palmare (in GPRS)
- ↳ Gestione Interviste, Sondaggi, Ricerche di mercato
- ↳ Gestione Agenti, Agenda Real Time e Appuntamenti
- ↳ Calcolo Provvigioni multisoggetto, multiportafoglio, a periodo e con obiettivi
- ↳ Gestione Magazzino
- ↳ Archiviazione Elettronica Documenti
- ↳ Disponibile anche da WEB con tecnologia ASP (GAT WEB[®])

GAT è stato sviluppato con l'obiettivo di essere uno strumento adatto a gestire e fornire, in tempo reale ed in modo interattivo, tutte le informazioni indispensabili alla gestione delle diverse aree aziendali nell'ambito delle funzioni commerciali.

Un ricordo speciale...

Ricordiamo con affetto gli amici e colleghi Guido Castorina, Marisa Langman e Gino Trevisani.
Un abbraccio ai loro cari ed alle famiglie da tutta Siseco.

Ciao a tutti,

sono Guido Castorina.....la mia avventura è iniziata così, facevo il venditore per la Olivetti e le mie grandi passioni sono il mare le donne e la bella vita. Ho venduto la mia macchina Golf 1,6 e nel 1986 con i miei risparmi da venditore e da pescatore ho iniziato a costruire quello che rappresenta oggi la mia ricchezza. Tutti dicono che io sia un grande imprenditore, in realtà mi commuovo guardando Capitan Nemo e sul mio comodino oltre Il Sole 24ore, che faccio finta di sfogliare per tenermi informato sulle vicissitudini di questo meraviglioso mondo e anche per darmi un tono, ho una bellissima collezione di foto delle più belle Top Model.

Nel campo delle relazioni umane e professionali sono riuscito grazie alla mia innata dote di "incantatore" a tirar fuori dalle persone che ho conosciuto quello che si chiama il lato umano e ne ho approfittato spudoratamente per continuare ad arricchire quello che è stato il mio più grande bagaglio culturale costruendo un vero e proprio laboratorio dell'uomo.

Ormai colmo di cultura mi piace rilassarmi nelle acque del mio amato mare tra i mie fratelli pesci che spesso hanno fatto molto godere i miei amici, ho gareggiato insieme a loro nelle meravigliose acque del mondo..... (li ho sparati per sopravvivenza e quando i miei conti finanziari non erano sufficienti a pagare tutte le spese li ho venduti al miglior offerente.) Che dire ancora di me.....lascero le ultime righe a mia sorella e ai miei preziosi collaboratori e le mie preziose collaboratrici.....ma mica sono andato via....sono in viaggio.....la mia è una dimissione dalle mie aziende perché mi hanno chiamato per una consulenza presso un grande CALL CENTERMa chi glielo dice lassù che il mouse ottico non si utilizza facendolo fluttuare nell'aria.....!!!!!!????? Perché io così avevo imparato ad usarlo....

Arrivederci e scusate, ma ora a me tocca il piacere e a Voi il dovere.....

Grazie e buon lavoro a tutti

Guido



Novità dal mondo CRM & Contact Center

Questa é la storia di quattro persone chiamate Ognuno, Qualcuno, Ciascuno, Nessuno. C'era un lavoro urgente da fare e Ognuno era sicuro che Qualcuno lo avrebbe fatto. Ciascuno avrebbe potuto farlo, ma Nessuno lo fece. Finì che Ciascuno incolpò Qualcuno perchè Nessuno fece ciò che Ognuno avrebbe potuto fare (**Anonimo**).

La pianificazione del marketing

Ogni mese tratteremo un articolo dedicato all'argomento *marketing*, con estratti dal libro "300 risposte sul marketing" di Philip Kotler.

In questo numero di GATNews troverete altre interessanti domande e risposte sull'argomento. Nel prossimo numero tratteremo l'argomento de "l'organizzazione del marketing".

D. I piani di marketing devono avere tutti lo stesso formato? Quale?

R. Sono favorevole all'utilizzo di un formato standard per la pianificazione, poiché ciò consente all'alta direzione di confrontare agevolmente i diversi piani e produce una riflessione sistematica sul marketing efficace.

Un piano di marketing comprende sei componenti: analisi della situazione, obiettivi, strategia, tattiche, budget e controlli.

- **Analisi della situazione.** In questa fase l'azienda prende in esame le forze macroambientali (economiche, politico-giuridiche, socioculturali, tecnologiche) e gli attori (azienda, concorrenti, distributori e fornitori) dell'ambiente in cui opera, ed effettua un'analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, ossia punti di forza, punti deboli, opportunità e minacce). In realtà questa analisi dovrebbe essere definita TOWS (ossia minacce, opportunità, punti deboli e punti di forza), invertendo l'ordine precedente per andare dai fattori esterni a quelli interni, anziché dai fattori interni a quelli esterni. Questo perché l'analisi SWOT potrebbe indebitamente porre l'accento sui fattori interni e individuare soltanto le minacce e le opportunità che trovano corrispondenti punti di forza aziendali. Questa fase si dovrebbe concludere con l'individuazione dei principali problemi con cui si deve confrontare l'impresa.
- **Obiettivi.** Una volta identificate le migliori opportunità sulla base dell'analisi della situazione, l'azienda le dispone in ordine di importanza, definisce i mercati-obiettivo e stabilisce gli obiettivi e una tabella di marcia per realizzarli. Inoltre stabilisce gli obiettivi con riferimento agli stakeholder, alla reputazione aziendale, alla tecnologia e ad altre questioni rilevanti.
- **Strategia.** Qualsiasi traguardo può essere perseguito in molti modi. Spetta alla strategia scegliere la linea d'azione più efficace per raggiungere gli obiettivi stabiliti.
- **Tattiche.** Occorre specificare nei minimi dettagli la strategia riguardante le quattro "P" e le azioni che dovranno intraprendere nel corso dell'anno i singoli soggetti responsabili dell'attuazione del piano.
- **Budget.** Le azioni e le attività pianificate comportano dei costi che vanno ad aggiungersi al budget necessario per realizzare gli obiettivi aziendali.
- **Controlli.** L'impresa deve fissare dei momenti di verifica e stabilire dei parametri per valutare i progressi compiuti rispetto agli obiettivi previsti. Se le prestazioni risultano carenti, l'impresa deve rivedere obiettivi, strategie e azioni.

D. Come si valuta se un piano di marketing è valido?

R. In base alla mia esperienza, la maggior parte dei piani di marketing è inadeguata. Alcuni sono strapieni di cifre passate e di enunciati, ma sono privi di una strategia convincente. Oppure la strategia c'è, ma sembra non avere alcun rapporto con le tattiche. Oppure gli obiettivi sono poco realistici, o richiedono un budget poco realistico. O ancora, i controlli non sono adeguati per un feedback efficace e una revisione del piano.

Una volta l'IBM mi incaricò di valutare una serie di piani di marketing. Nel complesso erano buoni, ma sollevai qualche dubbio in merito a una serie di ipotesi e di dati, cosicché i piani furono

rispediti al mittente per alcuni interventi di miglioramento. Non esiste la garanzia che un piano di marketing funzioni, ma è quasi certo che quelli scadenti non produrranno risultati positivi.

(Fonte: "300 risposte sul marketing" di Philip Kotler)

E-mail in azienda? Solo per lavoro

Un regolamento ad hoc in attesa del codice deontologico

Un regolamento interno per l'uso da parte dei lavoratori di **internet ed e-mail aziendale**.

Con l'esplicito divieto di utilizzo degli elaboratori per fini privati e l'avviso che il datore di lavoro si riserva controlli mirati a scoprire utilizzi scorretti. È questa la soluzione provvisoria per disciplinare la privacy dei lavoratori indicata da Giuseppe Chiaravalloti, componente del **garante della privacy**, in attesa del varo del **codice deontologico** da parte dell'autorità.

Mentre è già pronto ed è atteso per inizio dicembre 2006 un primo provvedimento generale su privacy e rapporti di lavoro. Se ne è parlato al convegno del 27 dicembre 2006 «Tutela della privacy e nuove tecnologie» organizzato dalla Confindustria di Genova.

Torna a essere attuale il documento elaborato da Confindustria nel lontano 2001 e che tratta dell'uso della **posta elettronica** e delle **connessioni a internet nei luoghi di lavoro**.

Sul punto va osservato innanzitutto che il regolamento rappresenta una disciplina disposta unilateralmente dall'impresa, in grado di garantire l'osservanza di un adempimento imposto dal codice della privacy e cioè la preventiva informativa al lavoratore.

Senza la preventiva informativa è, tra l'altro, irrimediabilmente pregiudicata ogni contestazione disciplinare. Il regolamento aziendale, tuttavia, non esclude l'applicazione dell'articolo 4 dello Statuto dei lavoratori (legge 300/1970). Nel caso di uso di dispositivi finalizzati a esigenze di sicurezza o della produzione da cui possa derivare un controllo a distanza dei lavoratori, il datore di lavoro deve installare gli impianti solo a seguito di apposita trattativa sindacale.

In mancanza di accordo sindacale occorre rivolgersi alla sede locale della direzione provinciale del lavoro per ottenere le necessarie autorizzazioni.

Peraltro a prescindere dalla materia dei controlli a distanza, le linee guida sulle quali può articolarsi il regolamento aziendale sono le seguenti.

Per internet si prevede il **divieto di navigare** in siti non attinenti alle mansioni affidate e soprattutto in siti che possono rivelare opinioni politiche, religiose o sindacali del dipendente.

Altri divieti sono quelli di effettuare **transazioni finanziarie personali** o acquisti on-line, scaricare **software gratuiti** senza autorizzazione, registrarsi a siti i cui contenuti non siano collegati all'attività lavorativa. Interdetta è anche la partecipazione, per motivi non professionali, a forum, **utilizzare chat line**, registrarsi in guest book anche utilizzando pseudonimi, memorizzare documenti informatici di natura oltraggiosa o discriminatori.

Per la posta elettronica il regolamento aziendale tipo prevede il divieto di utilizzo per motivi non attinenti lo svolgimento delle mansioni affidate e il divieto di inviare o memorizzare **messaggi di natura oltraggiosa o discriminatoria**. Inoltre la posta elettronica diretta all'esterno non deve essere utilizzata per inviare documenti di lavoro «strettamente riservati»: la rete informatica aziendale, infatti, può essere intercettata da estranei.

Infine anche per la posta elettronica deve rispettare la gerarchia aziendale e, pertanto, ogni comunicazione che abbia contenuti rilevanti o contenga l'assunzione di impegni deve essere visionata o autorizzata dal responsabile dell'ufficio.

Il regolamento aziendale deve comunque contenere l'esplicita avvertenza che l'azienda porrà in essere azioni di verifica al fine di monitorare il rispetto delle regole e per preservare l'integrità del proprio sistema informatico.

Il regolamento aziendale va ad aggiungersi ad altri adempimenti tipici della disciplina della tutela della riservatezza, come il documento programmatico della sicurezza. È da ritenere, infatti, che il Dps assolva un valore diverso dal regolamento aziendale: il primo ha un valore descrittivo e programmatico, mentre il regolamento aziendale ha un diretto effetto prescrittivo.

Va, infine, ricordato che per la materia dei controlli sulle caselle di posta elettronica aziendale, l'orientamento non è ancora definito: da una parte abbiamo i tribunali che escludono la commissione di reato da parte del datore di lavoro che accede in caso di assenza del titolare della postazione, mentre il garante ha più volte richiamato al principio della segretezza della corrispondenza elettronica sulla base dell'equiparazione della stessa a quella cartacea.

INTERNET

- ✓ Divieto di navigare in siti non attinenti alle mansioni affidate
- ✓ Divieto di navigare in siti che possono rivelare opinioni politiche, religiose o sindacali del dipendente
- ✓ Divieto di effettuare transazioni finanziarie personali o acquisti on-line
- ✓ Divieto di scaricare software gratuiti senza autorizzazione
- ✓ Divieto di registrarsi a siti i cui contenuti non siano collegati all'attività lavorativa
- ✓ Divieto di partecipazione, per motivi non professionali, a forum
- ✓ Divieto di utilizzare chat line
- ✓ Divieto di registrarsi in guest book anche utilizzando pseudonimi
- ✓ Divieto di memorizzare documenti informatici di natura oltraggiosa o discriminatori

POSTA ELETTRONICA

- ✓ Divieto di utilizzo per motivi non attinenti lo svolgimento delle mansioni affidate
- ✓ Divieto di inviare o memorizzare messaggi di natura oltraggiosa o discriminatoria
- ✓ Non utilizzare la posta elettronica diretta all'esterno per inviare documenti di lavoro «strettamente riservati»

Ogni comunicazione rilevante o contrattuale deve essere visionata o autorizzata dal responsabile dell'ufficio

Internet ed e-mail aziendali, le linee guida di Confindustria

1. Utilizzo del personal computer

- onde evitare il grave pericolo di introdurre virus informatici nonché di alterare la stabilità delle applicazioni dell'elaboratore, è consentito installare programmi provenienti dall'esterno solo se espressamente autorizzati dalla ... (direzione o persona delegata);
- non è consentito l'uso di programmi non distribuiti ufficialmente dal ... (inserire nome azienda distributrice) (v., in proposito, gli obblighi imposti dal dlgs 29 dicembre 1992, n. 518, sulla tutela giuridica del software e dalla legge 18 agosto 2000, n. 248, contenente nuove norme di tutela del diritto d'autore);
- non è consentito utilizzare strumenti software e/o hardware atti a interpretare, falsificare, alterare o sopprimere il contenuto di comunicazioni e/o documenti informatici;
- non è consentito modificare le configurazioni impostate sul proprio pc;
- non è consentita l'installazione sul proprio pc di mezzi di comunicazione propri (come per esempio i modem);
- sui pc dotati di scheda audio e/o di lettore cd non è consentito l'ascolto di programmi, file audio o musicali, ... se non a fini prettamente lavorativi.

2. Utilizzo di supporti magnetici

- non è consentito scaricare file contenuti in supporti magnetici/ottici non aventi alcuna attinenza con la propria prestazione lavorativa;
- tutti i file di provenienza incerta o esterna, ancorché attinenti all'attività lavorativa, devono essere sottoposti al controllo e relativa autorizzazione all'utilizzo da parte della ... (direzione o persona delegata).

3. Utilizzo della rete aziendale

- le unità di rete sono aree di condivisione di informazioni strettamente professionali e non possono, in alcun modo, essere utilizzate per scopi diversi. Pertanto, qualunque file che non sia legato all'attività lavorativa non può essere dislocato, nemmeno per brevi periodi, in queste unità;
- l'azienda si riserva la facoltà di procedere alla rimozione di ogni file o applicazione che riterrà essere pericolosi per la sicurezza del sistema ovvero acquisiti o installati in violazione del presente ... (regolamento; codice di condotta; ...).

4. Utilizzo della rete internet e dei relativi servizi

Navigazione in internet:

- non è consentito navigare in siti non attinenti allo svolgimento delle mansioni assegnate, ... soprattutto in quelli che possono rivelare le opinioni politiche, religiose o sindacali del dipendente;

- non è consentita l'effettuazione di ogni genere di transazione finanziaria ivi compreso le operazioni di remote banking, acquisti on-line e simili ... salvo casi direttamente autorizzati dalla ... (direzione o persona delegata) e con il rispetto delle normali procedure di acquisto;
- non è consentito lo scarico di software gratuiti (freeware) e shareware prelevati da siti internet, ... se non espressamente autorizzati dalla ... (direzione o persona delegata);
- è vietata ogni forma di registrazione a siti i cui contenuti non siano legati all'attività lavorativa;
- non è permessa la partecipazione, per motivi non professionali, a forum, l'utilizzo di chat line, di bacheche elettroniche e le registrazioni in guest book anche utilizzando pseudonimi (o nickname);
- non è consentita la memorizzazione di documenti informatici di natura oltraggiosa e/o discriminatoria per sesso, lingua, religione, razza, origine etnica, opinione e appartenenza sindacale e/o politica.

Posta elettronica:

Nel precisare che anche la posta elettronica è uno strumento di lavoro, si ritiene utile segnalare che:

- non è consentito utilizzare la posta elettronica (interna ed esterna) per motivi non attinenti allo svolgimento delle mansioni assegnate;
- non è consentito inviare o memorizzare messaggi (interni ed esterni) di natura oltraggiosa e/o discriminatoria per sesso, lingua, religione, razza, origine etnica, opinione e appartenenza sindacale e/o politica;
- la posta elettronica diretta all'esterno della rete informatica aziendale può essere intercettata da estranei e, dunque, non deve essere usata per inviare documenti di lavoro «strettamente riservati»;
- ogni comunicazione (interna ed esterna), inviata o ricevuta, che abbia contenuti rilevanti o contenga impegni per ... deve essere visionata o autorizzata dalla ... (oppure: per ogni comunicazione, interna ed esterna, che ... si deve fare riferimento alle procedure in essere per la corrispondenza ordinaria);
- non è consentito l'utilizzo dell'indirizzo di posta elettronica ... aziendale per la partecipazione a dibattiti, forum o mail-list, ... salvo diversa ed esplicita autorizzazione.

Poiché in caso di violazioni contrattuali e giuridiche, sia l'azienda sia il singolo lavoratore sono potenzialmente perseguibili con sanzioni, anche di natura penale, l'azienda verificherà, nei limiti consentiti dalle norme legali e contrattuali, il rispetto delle regole e l'integrità del proprio sistema informatico. La non osservanza del presente ... (regolamento, codice di condotta; ...) può comportare sanzioni disciplinari, civili e penali.

Ulteriori suggerimenti per la stesura del presente ... (regolamento; codice di condotta; ...)

Al fine di favorire la lettura e il rispetto di quanto sopra esposto si suggerisce di:

- allegare al presente documento la scheda con la «configurazione di sistema» assegnata al pc di riferimento;
- segnalare il nominativo della persona cui rivolgersi per ogni richiesta di chiarimento.

Nel caso in cui il presente documento venga posto a conoscenza dei lavoratori interessati per via telematica si suggerisce di aggiungere a margine dello stesso un pulsante, o sistema equivalente, di presa visione da parte del destinatario. Si precisa comunque che, ai fini disciplinari, è necessaria l'affissione del ... (regolamento; codice di condotta; ...) in luogo accessibile a tutti (cfr. art. 7, legge 20 maggio 1970, n. 300).

(Fonte: Microsoft PMI)

Gli investimenti: colonne portanti della creazione di valore

La redditività degli investimenti è alla base delle decisioni strategiche di un'impresa. Il flusso di risorse generate in questo modo è infatti in grado di influire sul business e sulla capacità competitiva della stessa impresa riguardo al mercato di appartenenza.

Ma quali accorgimenti si possono adottare in sede di valutazione degli investimenti?

La redditività degli investimenti è sì un obiettivo, ma anche e soprattutto perchè è un mezzo al fine di **salvaguardare la continuità aziendale**. Solo se un'impresa è in grado di avere una soddisfacente redditività potrà generare un consistente flusso di risorse finanziarie da gestione corrente, con il quale finanziare gli investimenti in grado di **sviluppare e consolidare la propria capacità competitiva**.

Nel circuito appena descritto il posizionamento degli investimenti alla base del circuito è facilmente qualificabile: tutto parte da un investimento e si alimenta in positivo solo se i successivi investimenti risultano **strategicamente corretti**. Per essere tali gli investimenti devono:

- ✓ assicurare un periodo di recupero (Payback Period) rapido, un **Tasso Interno di rendimento** (Internal Rate Return) maggiore di prescelto tasso obiettivo o un **valore attuale netto** (Net Present Value) **positivo**;
- ✓ ma garantire un consolidamento o meglio ancora un **potenziamento della posizione competitiva** dell'impresa, del suo posizionamento strategico sul mercato.

Se tutto questo è condivisibile è necessario prestare attenzione ai **criteri** con i quali si valutano gli investimenti in azienda. Troppo spesso si affrontano con superficialità dando troppo peso o ai soli riflessi strategici dell'investimento o, peggio, ai soli **ritorni economico-finanziari**.

Nel primo caso si rischia di **non conseguire** gli attesi e congrui ritorni economici, anche in considerazione della rischiosità dell'investimento. Nel secondo caso si rischia di privilegiare investimenti dal **ritorno economico sicuro e rapido**, nel breve termine.

La soluzione potrebbe essere una **valutazione bilanciata** di queste due dimensioni: l'**attrattività strategica** di un investimento e la sua **convenienza economica**.

I tradizionali criteri di valutazione degli investimenti: avvertenze per l'uso

Negli anni le esperienze maturate nell'applicazione dei tradizionali **criteri di valutazione** dei progetti di investimento hanno consentito di imparare due cose: la prima è quella appena ricordata (non limitarsi alla sola valutazione di convenienza economica), la seconda è che, anche la valutazione della **convenienza economica** richiede che siano rispettati alcuni principi e si sia coscienti dei **possibili effetti distorcenti** di alcune semplificazioni della realtà.

Queste «avvertenze per l'uso» ci si augura possano essere di una qualche utilità pratica.

Una prima riflessione nasce dalla constatazione che il processo di valutazione e selezione dei progetti di investimento è una fase particolarmente delicata della più ampia **attività di direzione**. Dai risultati di questo processo infatti dipende l'**economicità nel tempo della gestione** e quindi la capacità di un'impresa di durare nel tempo.

L'obiettivo di una procedura per la valutazione dei progetti di investimento deve essere quindi quello di aiutare a **evitare errori strategici**, di stimolare l'analisi di tutte le conseguenze di un investimento. Non sono in gioco solo le risorse finanziarie.

La valutazione degli investimenti come parte del più ampio processo di **allocazione delle risorse produttive** non sempre ha ricevuto adeguata attenzione dalla letteratura di management. Tuttavia è sufficiente pensare a decisioni come il tentativo di rilanciare un prodotto maturo, l'apertura di un'unità organizzativa all'estero per entrare in un nuovo mercato, l'avvio di un nuovo insediamento produttivo in aree geografiche non industrializzate, per cogliere le vaste implicazioni strategiche e organizzative di certe scelte d'investimento.

Gli esempi potrebbero continuare, ma valga per tutti un problema oggi frequente nelle imprese: la valutazione di progetti di investimento che prevedono un'**automazione dei processi produttivi**. Come hanno dimostrato alcuni studiosi (Joel Dean, Managerial Economics, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J. 1951) e come si è potuto constatare direttamente, questo tipo di investimenti, valutato con i tradizionali criteri, **quasi mai risulta economicamente conveniente**. Ma questo poiché restano fuori dalla valutazione tutti quegli **aspetti qualitativi** o difficilmente qualificabili come:

- ✓ la **costanza** nei livelli qualitativi dei prodotti,
- ✓ il **vantaggio competitivo** di essere stati tra i primi ad avere investito nelle nuove tecnologie di processo (esperienza e relazione con i fornitori delle nuove tecnologie),
- ✓ la possibile **riduzione dei tempi** che intercorrono tra l'acquisizione dell'ordine e l'evasione dello stesso (minori tempi per il lancio in produzione, minori tempi di lavorazione, ecc.).

L'elemento comune dei casi sopra richiamati è che la valutazione del progetto di investimento, unicamente in termini di convenienza economica, per quanto l'analisi risulti sofisticata, potrebbe risultare una fonte di scelte errate dalle conseguenze gravi sulla capacità competitiva dell'impresa nel tempo.

Se a tutto ciò si aggiunge poi che nei calcoli economici si possono commettere anche degli errori di metodo, ecco che il cerchio si chiude.

Si pensi in proposito alla delicatezza di scelte come quella relativa ai costi da inserire nelle proiezioni economiche di un progetto di investimento. Quante volte ci si pone la domanda se considerare solo i costi specifici (*traceable cost*) dell'investimento o anche una quota di costi di struttura aziendale comuni? E che risposta viene data?

In proposito, qualora si desideri apprezzare la validità dell'investimento indipendentemente dalla struttura aziendale nella quale questo va ad inserirsi, si dovrebbero considerare i soli costi specifici di investimento. Si tratta di quegli elementi di costo che subiscono una variazione nel loro importo complessivo o nascono solo se si decide di effettuare l'investimento.

E ancora si pensi al diverso apprezzamento della convenienza economica al quale si può giungere ampliando o restringendo l'arco temporale considerato dalle proiezioni economiche. Il processo di selezione dei progetti di investimento si fa sempre più esigente quanto più si restringe l'arco temporale.

Tuttavia si pensi a come verrebbero trattati in questo caso progetti con ritorni elevati solo dopo il quinto o sesto anno e magari ritorni anche molto incerti; è probabile che tali progetti siano scartati a favore di progetti caratterizzati da ritorni economici consistenti entro i cinque - sei anni. E' questo uno dei motivi che ha spinto alcuni studiosi a suggerire il ricorso alla teoria delle opzioni.

Si pensi infine all'ottimismo o al pessimismo che i numeri delle proiezioni economiche possono celare. Newman (1975) correttamente sottolinea il ruolo centrale svolto dalla persona che elabora le proiezioni. Quanto più l'investimento «piace» a chi effettua queste proiezioni tanto più i risultati economici delle proiezioni sono positivi e di conseguenza aumentano le probabilità che la valutazione economica finale risulti positiva.

Come valutare gli investimenti negli assets intangibili

Nella prassi di molte aziende le procedure di valutazione degli investimenti sono ancora quelle proposte da Joel Dean nel 1951 in piena era fordista e talvolta neanche riviste in base alle sopra ricordate avvertenze per l'uso.

Ma gli investimenti che oggi le imprese devono valutare sono sempre meno in beni tangibili (impianti e immobili) e sempre più in immobilizzazioni immateriali o risorse intangibili.

Da tutto ciò nasce l'esigenza di richiamare quelli che nell'esperienza si sono rivelati i pilastri sui quali deve poggiare un efficace processo di valutazione degli investimenti. Un primo pilastro è l'impossibilità di applicare in modo automatico e asettico le tecniche di **capital budgeting**. E' quindi necessario tener presenti le premesse strategiche e le implicazioni organizzative delle singole alternative di investimento.

Alle prime anche Bierman e Smidt prestano una precisa enfasi, per rafforzare la quale si propongono due strumenti di lavoro.

Il primo è rappresentato da una **check-list** che costringe a considerare, in modo esplicito, una serie di **variabili qualitative** che potrebbero essere coinvolte nella realizzazione del progetto di investimento oggetto di valutazione. Tali variabili ne qualificherebbero l'interesse strategico. In primo luogo si tratta di valutare se queste variabili sono in qualche modo influenzate dalla realizzazione dell'investimento e qualora lo siano quale criticità esse assumano.

In secondo luogo si tratta di riconoscere a queste variabili un **peso**. Questa valutazione soggettiva può essere effettuata da un gruppo più o meno ampio di persone. In terzo luogo si può determinare, moltiplicando i valori per i pesi, un **valore medio ponderato** che può essere utile per posizionare il singolo progetto di investimento in una matrice a due dimensioni: **Attrattività Strategica** e **Convenienza Economica**. Ed è questo il secondo strumento di lavoro che si propone all'attenzione del lettore.

Con tale matrice si è in grado di posizionare e conseguentemente **valutare** i progetti di investimento oltre che lungo la dimensione tradizionale (convenienza economica) anche nelle loro implicazioni strategiche. Per i singoli progetti ne possono derivare nuove diversi possibili posizionamenti.

Ma una volta considerate le implicazioni strategiche restano ancora da considerare le **possibili conseguenze organizzative** dei progetti di investimento. Basta pensare a cosa significhi entrare in logiche di automazione dei processi di fabbricazione o delle attività di ufficio per cogliere l'importanza degli impatti organizzativi dei singoli progetti. Il «salto culturale» richiesto alle persone è rilevante.

Anche questo «salto» va preparato. Va, innanzitutto, valutato e poi pianificato nelle sue conseguenze sul piano formativo e sul piano dei flussi operativi. E' anche questo un investimento e per di più con tutte le caratteristiche dell'investimento in risorse invisibili. La rilevanza spesso assunta proprio da questi ultimi investimenti è quella che più ha messo in crisi i tradizionali criteri di valutazione degli investimenti.

Quando si valutano gli investimenti è necessario guardare sistematicamente in avanti e nel modo più completo possibile, senza attimi di distrazione. Potrebbero essere fatali. L'obiettivo è preciso: scorgere prontamente eventuali ostacoli o variazioni lungo il percorso che rendono necessari cambiamenti nella direzione di marcia strategicamente deliberata.

(Fonte: Microsoft PMI)

Tre modi per evitare clienti insoddisfatti

Alcune strategie di marketing possono apportare dei miglioramenti per i clienti scontenti, raccontando ad amici e vicini quanto siano buoni i prodotti dell'azienda o dell'ottimo servizio ricevuto. Le segnalazioni attraverso il passaparola sono molto efficaci e non costano nulla.

Ma anche dei clienti scontenti possono avere un grosso impatto sull'azienda e non in modo positivo. Un cliente scontento non ritorna mai. Se poi condivide la sua esperienza con altri, è possibile perdere anche dei clienti potenziali.

Errare è umano, naturalmente. Ma mettere in piedi un sistema che consenta di evitare errori e sviste che possono portare all'insoddisfazione dei clienti deve costituire una priorità.

Per realizzarlo vi sono varie opzioni:

- ✓ **Stabilire una procedura di follow-up.** Sia essa tramite telefono che per posta elettronica, bisogna cercare di fare uno sforzo per dare seguito alle segnalazioni dei clienti. Chiedere come sta funzionando il prodotto venduto o se si è totalmente soddisfatti del servizio fornito è una pratica di assistenza clienti che fornisce un'opportunità per ascoltare eventuali esperienze negative, in modo da correggere la situazione e "salvare" il rapporto con il cliente.
- ✓ **Tenere traccia dei resi e dei commenti dei clienti.** Se si nota che un determinato prodotto viene riportato spesso al negozio è possibile investigare, fare degli aggiustamenti, o se necessario persino interromperne la vendita. Se si fornisce un servizio invece di un prodotto, si può allegare alla fattura una scheda di commenti per i clienti o pubblicare sul sito Web un indirizzo di posta elettronica per i commenti dei clienti. Il controllo delle risposte consente di individuare eventuali problemi di assistenza che devono essere indirizzati. Persino un cliente con un reclamo legittimo apprezzerà una risposta rapida e ragionevole.
- ✓ **Escalation dei casi ignorati.** Dal punto di vista del cliente, non c'è niente di peggio che contattare un'azienda per un problema e non ricevere mai una risposta. Eppure succede. I moduli possono andare persi o essere classificati in maniera errata e i messaggi di posta elettronica possono essere inavvertitamente eliminati.

Curare i rapporti con i clienti

Follow-up, tenere traccia dei resi ed escalation dei casi sono tutte attività che possono essere automatizzate con un CRM. Il modulo di assistenza clienti favorisce le interazioni con i clienti rendendole più efficaci ed efficienti e consentendo ai dipendenti di rispondere più rapidamente ai problemi di assistenza e ottenere più facilmente le informazioni necessarie.

Un CRM consente di mantenere i clienti soddisfatti ed evitare casi di insoddisfazione offrendo diversi modi per migliorare le attività. I dati raccolti in un CRM possono fornire un'immagine dei problemi principali, delle sfide e delle aree di insoddisfazione tra i clienti. Può anche documentare la quantità di tempo e l'impegno dedicati alla fornitura del servizio ai clienti.

In altre parole, consente di distribuire e gestire correttamente le attività che rendono i clienti soddisfatti, o insoddisfatti.

(Fonte: Microsoft PMI)

SISECO informa

Nuova procedura R.M.A. per CUFFIE PLANTRONICS - NEW! -

Sostituite le Vostre cuffie in modo più veloce!

E' disponibile la nuova procedura per la sostituzione in garanzia delle cuffie Plantronics che sostituisce la precedente. [La nuova procedura è molto più celere !](#)

Finalmente è possibile ridurre i tempi ed accelerare la sostituzione in quanto i passaggi vengono ridotti.

- ✓ **PRIMA** la procedura prevedeva il passaggio
 - "Cliente > Siseco > Distributore > Plantronics > Distributore > Siseco > Cliente"
- ✓ **ADESSO** la procedura è molto più semplice !
 - "Cliente > Plantronics > Cliente"

Per accedere alla gestione degli RMA
è necessario REGISTRARSI al sito PLANTRONICS

La procedura per la registrazione dei prodotti sul sito www.plantronics.com è la seguente:

1. accedere alla sezione **SUPPORTO**
2. da qui entrare in **Servizio post-vendita**
3. selezionare il Vs. "Paese di residenza" e premere su **INVIA**
4. una volta selezionato il "Paese di residenza" verrà richiesto di effettuare la registrazione per accedere ai servizi di gestione dei prodotti
5. dopo aver effettuato l'accesso con il VS account potete registrare i prodotti **Plantronics**.

Novità GAT

GAT.crm - versione 4.6.0

Nel mese di Febbraio 2007 è stata rilasciata la nuova versione GAT 4.6.0 che accoglie moltissime novità e funzionalità di nuova implementazione analizzate come sempre dai suggerimenti dei clienti stessi. Anche questo rilascio è corredato da un completo insieme di informazioni aggiuntive che si possono consultare in ogni momento attraverso il sito SISECO e la pagina del SERVIZIO CLIENTI:

- Aggiornamento GAT, versioni precedenti, utility e Note di Rilascio:
<http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/aggiornamenti.htm>
- Come aggiornare le versioni terminal server
http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/aggiornamenti_ts.htm
- Tabella Comuni aggiornata: http://www.siseco.it/download/siseco_setup_dbcomuni.exe
- Presentazione GAT:
FORMATO PPT: http://www.siseco.it/download/presentaz_gat2004.pps
FORMATO HTML: http://www.siseco.it/gat/presentaz_gat2004.htm
- Ultime novità dal mondo IT: <http://www.siseco.com/new/>

Per i partner TELECOM ITALIA

La versione attualmente on line ha i requisiti per l'estrazione dei seguenti file:

- Statistiche AS - versione 13
- Bocchettone CSV - versione X01-2007 in vigore dal 31/01/2007

Assistenza Tecnica

Sempre disponibile una mail per l'assistenza diretta di GAT:
assistenza.gat@siseco.it

E' DISPONIBILE IL CD CON IL SETUP COMPLETO

E' disponibile il nuovo CD di GAT.

Il CD contiene:

- ✓ SETUP completo
- ✓ MSDE SP3
- ✓ Tutta la documentazione in linea
- ✓ Help On Line
- ✓ Manuale
- ✓ Utilità varie



Il setup può operare anche in modalità completamente "silente" con l'opzione /S

Ed ora la consueta panoramica sulle novità di quest'ultima versione.

*Nuova Tabella Comuni: i nuovi CAP e le nuove Province - **a breve!***

Poste Italiane a dieci anni di distanza dall'ultimo aggiornamento ufficiale pubblica per la fine di settembre un nuovo cappario contenente numerosi aggiornamenti rispetto alla precedente versione.

Sono stati rivisti i CAP sia sulle 27 città suddivise in zone Postali, sia su alcuni Comuni e numerose Frazioni.

- ✓ In particolare, per le 27 città zonate:
 - ✚ sono state recepite ed inserite tutte le nuove strade istituite nell'ultimo decennio
 - ✚ sono stati assegnati nuovi numeri di CAP in otto città (Bari, Perugia, Pisa, Reggio Calabria, Roma, Trieste, Venezia e Verona)
 - ✚ alcuni CAP di La Spezia, Messina, Palermo, Pescara e Venezia non sono più in uso.
 - ✚ il 10% delle strade sulle 27 città assume un CAP diverso.
- ✓ Per i Comuni e le Frazioni:
 - ✚ viene ripubblicato l'elenco dei CAP relativi a tutti i Comuni (8.101) e Frazioni (8.500)
 - ✚ Il CAP di 79 Comuni cambia
 - ✚ il CAP di 2.400 Frazioni cambia. Per tutte le Frazioni viene riportato il Comune di appartenenza

A partire dal 1° gennaio 2007 saranno modificati i CAP di alcune città italiane. In conseguenza, non sarà più possibile indirizzare la posta ordinaria in zone denominate "MultiCAP" (es. MILANO, ROMA o TORINO) senza indicare il CAP preciso.

A partire dal 1° ottobre 2006 ci sarà un periodo di "tolleranza" per 7 mesi, trascorsi i quali la regola sarà applicata rigidamente.

A breve sarà disponibile la nuova TABELLA COMUNI di GAT, conforme ai requisiti richiesti. Potrà essere richiesta molto semplicemente al Vs. commerciale di fiducia scrivendo a commerciale@siseco.it

Domande frequenti sul nuovo CAP

Al seguente indirizzo è possibile trovare le risposte alle principali domande sul nuovo Codice di Avviamento Postale, sui CD ROM Cerca CAP e CAP Professional e sulla composizione dell'indirizzo:

<http://www.poste.it/postali/cap/faq.shtml>

Ulteriori approfondimenti: <http://www.poste.it/postali/cap/novita.shtml>

Nuova maschera GESTIONE UTENTI

La maschera di Gestione Utenti è stata migliorata sotto il profilo funzionale e grafico. Il nuovo aspetto prevede di vedere contemporaneamente tutti gli utenti, uno per ogni riga. Grazie poi a diversi pulsanti è possibile vedere le funzionalità abilitate e modificare velocemente la password.

Da segnalare la novità dell'opzione "visibile in login" che viene valorizzata di default a "si" (selezionata) per tutti gli utenti. Questa opzione fa sì che un qualsiasi utente venga visualizzato o meno nella lista utenti al momento del login.

The screenshot shows the 'Gestione Utenti' window with a license for 300 users. The user 'ADMIN' is selected, showing details like 'Amministratore' (checked), 'Utente avanz.*' (checked), 'Disabilitato' (unchecked), and 'Utente Visibile in Login' (checked). Other fields include 'TITOLARE DEL TRATTAMENTO' (10,00), 'N° funzioni disponibili' (217), and a password field.

Gestione MULTI TURNO delle entrate / uscite operatori

In GAT460 viene introdotta un'interessante novità: la gestione multi turno delle entrate/uscite operatori. Il nuovo registro sarà interamente diviso dal "tradizionale" registro su due turni: viene infatti creata una nuova tabella nel menu Utilità chiamata Registro Ingressi/Uscite utenti (multi turno).

→ Si ricorda che per avere a disposizione tutte le nuove funzionalità, dopo aver aggiornato è utile entrare in Gestione Utenti e premere il tasto "Tutte".

La nuova tabella è in grado di registrare ogni entrata, ogni uscita ed ogni pausa di tutti gli utenti, scrivendo ogni evento su una riga diversa, completandolo con data ed ora ed eventuali note (es. se si rileva un'uscita ma non una entrata, verrà inserita una dicitura di MANCATA ENTRATA).

Viene anche evidenziato se l'evento è un LOGIN oppure una PAUSA.

Il Registro avrà un aspetto simile al seguente:

Utente ADMIN		Anno/Mese		Tipo	Giorno	Utente Avanzato				
Utenti/Gruppi						Ingresso	Uscita	Minuti	hh.mm	Note
ADMIN	ADMIN [12345Aa]	2007	01	Pause	24/01/2007	17.54.10	24/01/2007 18.05.00	11	00:11	
ADMIN	ADMIN [12345Aa]	2007	01	Login	24/01/2007	17.54.00	24/01/2007 17.54.00	0	00:00	MANCATA ENTRATA ?!
ADMIN	ADMIN [12345Aa]	2007	01	Login	24/01/2007	17.56.00	24/01/2007 18.42.00	46	00:46	
ADMIN	ADMIN [12345Aa]	2007	01	Pause	25/01/2007	9.13.00		0	00:00	
*ADMIN	ADMIN [12345Aa]								00:00	

Anche in questo caso è possibile selezionare un utente particolare od un gruppo, un periodo od un giorno specifico. Inoltre, nelle Opzioni (Utilità / Opzioni) è possibile specificare per ogni utente se visualizzare il registro di tutti o solo il proprio (come per il registro tradizionale).

Gestione della PAUSA

Come già accennato, il Registro Multiturno è in grado di gestire anche le pause degli utenti. Quando

gli operatori desiderano mettersi in pausa, lo possono fare premendo l'apposito tasto che si trova sulla barra dei comandi di GAT (anche se ci sono delle maschere aperte, es. Gestione Elenchi).

A video compare una finestra che indica che l'utente è in pausa:

In pausa dal [25/01/2007 10.55.53] - Premere OK per continuare



GAT - CRM, Contact Center e Telemarketing (SISECO SRL)

Versione 460 B- 24/01/07

GAT.crm(c) Copyright 1995-2007 SISECO SRL - Tutti i diritti sono riservati.

E' vietata la riproduzione anche parziale e con qualsiasi strumento.
I testi e il programma e l'elaborazione dei testi, anche se curati con scrupolosa attenzione, non possono comportare specifiche responsabilità per involontari errori, inesattezze o uso scorretto del programma stesso pertanto, l'utente è tenuto a controllare l'esattezza e la completezza del materiale utilizzato. L'editore non si assume alcuna responsabilità per danni diretti o indiretti causati dall'errata installazione o dall'utilizzo non corretto del programma o dei supporti informatici.

Client Engine: 11.0 - S.O.: Win XP Professional Service Pack 2 (Build 2600)

[Licenza e Condizioni EULA](#)

PAUSA

OK

Premendo sul tasto OK si riprende la lavorazione. Questo tempo di pausa viene indicato nel registro con la dicitura PAUSE.

Nota: al momento la "pausa" non impatta sul calcolo dei tempi dell'Analisi Chiamate; la funzionalità sarà gestita nelle prossime versioni.

Conseguentemente all'introduzione della pausa sono state adeguate anche le varie stampe relative ai registri. Nella stampa del registro multiturno le pause ed i tempi lavorativi sono indicati su due colonne differenti.

Importanti modifiche in Utilità / Opzioni

La maschera delle Opzioni contiene da sempre i campi relativi alle impostazioni personali di tutti gli utenti. La maschera si crea la prima volta che l'utente si collega a GAT e copia le impostazioni standard prendendole dalla maschera dell'Amministratore.

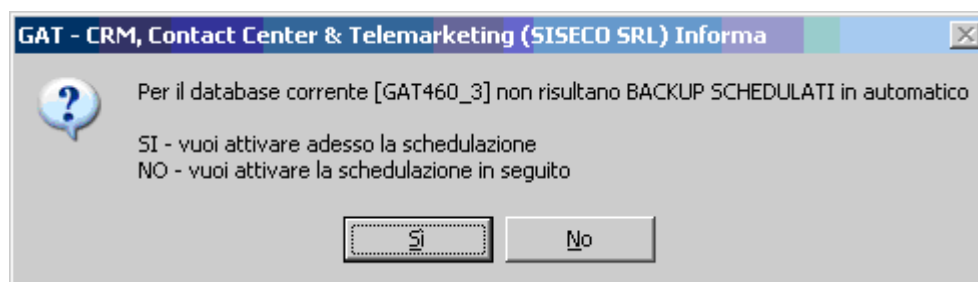
Da questa versione sono state aggiunte molti importanti novità:

✓ Avvisi per backup e dimensioni dati

Nella linguetta "Generale" sono stati aggiunti questi campi:

Avvisa controllo Backup Automatici <input checked="" type="checkbox"/>	Avvisa quando dimensione archivio supera i	1.800	MB - 0 non avvisa
	Avvisa quando LOG supera il numero di righe	1.000.000	NR - 0 non avvisa

Avvisa controllo Backup Automatici: all'apertura del programma avvisa l'utente con un messaggio se è stato impostato o meno un backup automatico dei dati. Si consiglia fortemente di impostare la schedulazione dei backup per prevenire la perdita accidentale di dati.



Avvisa quando dimensione archivio supera i: l'utente viene avvisato se la dimensione del database supera la dimensione indicata. **NOTA:** ricordiamo che per chi usa MSDE il database non può superare i 2 GB.

Avvisa quando LOG supera il numero di righe: l'utente viene avvisato quando il log delle operazioni (consultabile da Utilità / Log delle Operazioni) supera il limite impostato. Ricordiamo che il log registra tutte le operazioni eseguite sul database da tutti gli utenti, per cui cresce molto velocemente. Un log eccessivamente lungo occupa molto spazio e fa crescere le dimensioni del database. Sarebbe utile esportarlo regolarmente (se si desidera conservarlo) e svuotare poi la tabella. Tutte le utilità per eseguire queste operazioni si trovano nella maschera del LOG nel menu UTILITA' (Esporta, Elimina, Elimina Tutto).

✓ **Stato Riga dei prodotti nelle segnalazioni / contratti**

Nella linguetta "Impostazioni e Default" è stato aggiunto il campo "STATO RIGA" valorizzato con la dicitura "generico". La compilazione del campo è obbligatoria.

Il campo STATO RIGA si utilizzerà poi nei contratti, e sta ad indicare lo "status" di ogni prodotto (riga) inserito nel contratto; è molto utile nel caso di conferma parziale dell'ordine, dove per ogni prodotto è possibile specificare appunto lo stato specifico in cui trova (Venduto, Reso, Confermato, Annullato, ecc.).

E' stata creata inoltre una tabella specifica dove inserire i valori possibili da abbinare al campo; si trova nel menu TABELLE e si chiama "STATI DETTAGLIO SEGNALAZIONE CONTRATTI".

✓ **Test invio mail in Posta Elettronica**

Nella linguetta "Posta Elettronica" è stato aggiunto un tasto chiamato "Test Invio" che permette di provare le impostazioni di posta inserite per l'utente inviano un messaggio test.

✓ **Registro In / Out per gestione MULTITURNO**

Con l'introduzione del Registro Ingressi Uscite Multiturno sono stati adeguati anche i campi all'interno della linguetta "Registro In/Out", per permettere diverse visualizzazioni dei registri:

Doppio Turno: se selezionato, l'utente può vedere il Registro In/Out a doppio turno (quello "tradizionale" che si apre da Utilità / Registro Ingressi Uscite Utenti)

Multi Turno e Pause: se selezionato, l'utente può visualizzare il Registro In/Out multi turno (che si apre da Utilità / Registro Ingressi Uscite Utenti Multiturno)

Nella parte inferiore della maschera è possibile specificare i minuti lavorativi della giornata:

per il **doppio turno:** indicare i minuti lavorativi e l'ora di cambio turno

per il **multiturno:** indicare solo i minuti lavorativi della giornata

	Doppio Turno	Ora cambio turno (es. 12.00)	Multi Turno
Lunedì	800	13.15	800
Martedì	800	13.15	800
Mercoledì	800	13.15	800
Giovedì	800	13.15	800
Venerdì	800	13.15	800
Sabato	800	13.15	800
Domenica	0	12.00	0
	All User	All User	All User

Il tasto ALL USER posizionato sotto le colonne copia le impostazioni della relativa colonna a tutti gli altri utenti (sovrascrive quelle già esistenti).

Nuovo sistema di gestione OPA

All'interno dei contratti è presente il tasto OPA (Oggetti Personalizzati aggiuntivi). Questo tasto è stato migliorato rispetto alle precedenti versioni e permette di creare un nuovo "oggetto" od una nuova "azione" collegabile al contratto.

E' una funzionalità molto utile (soprattutto per la parte commerciale) che permette di registrare qualsiasi informazione o entità aggiuntiva collegata alle Segnalazioni/Contratti (o all'anagrafica Clienti). In particolare, ad esempio, è possibile aggiungere nei contratti dei clienti delle note sulle azioni intraprese sul cliente (ad esempio annotarsi di avere inviato un fax, una e-mail particolare, ecc). In caso di presenza di più azioni è possibile visualizzarle tutte insieme all'interno della maschera OPA. **NOTA:** la funzionalità è utilizzabile se si dispone del modulo Interviste e Sondaggi.

Premendo il tasto OPA si apre una finestra simile alla seguente, che serve appunto per inserire l'azione:

Per creare un nuovo oggetto, premere **NUOVO OGGETTO**.

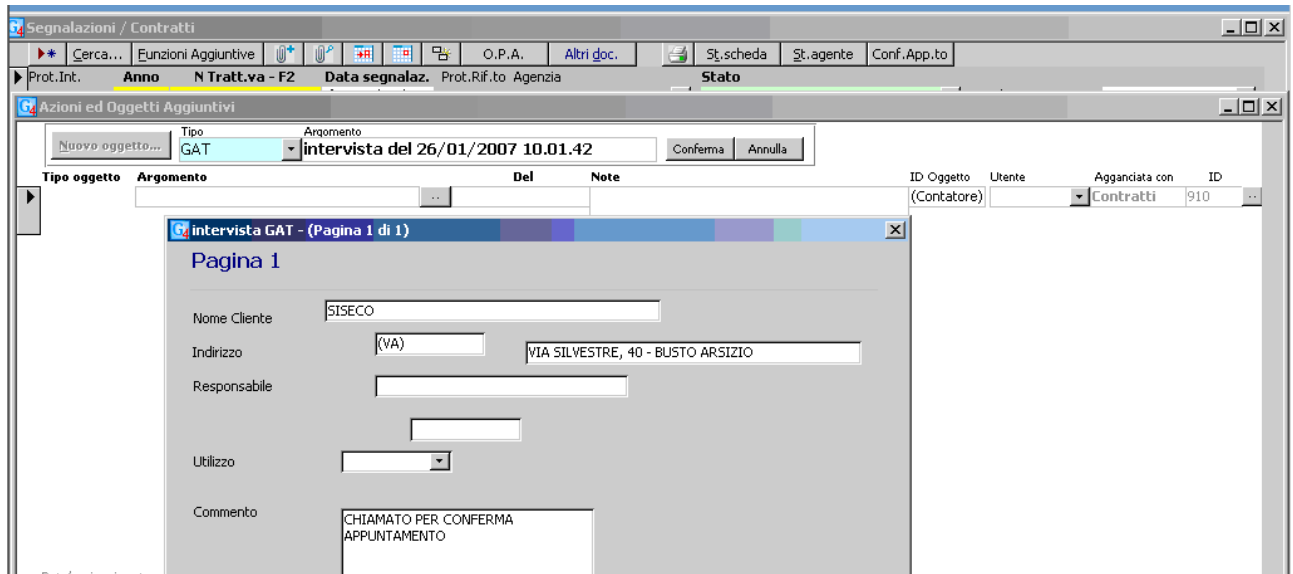
Nel campo TIPO compare la lista degli oggetti (interviste) utilizzabili: selezionandone una compare la relativa intervista compilabile. **NOTA:** le interviste visualizzabili sono quelle agganciate ai contratti.

Nel campo ARGOMENTO è possibile inserire una dicitura personalizzata per contraddistinguere il motivo dell'inserimento dell'OPA. **Nota:** il campo si riempie in automatico con una dicitura predefinita che è possibile cambiare a seconda delle esigenze dell'utente.

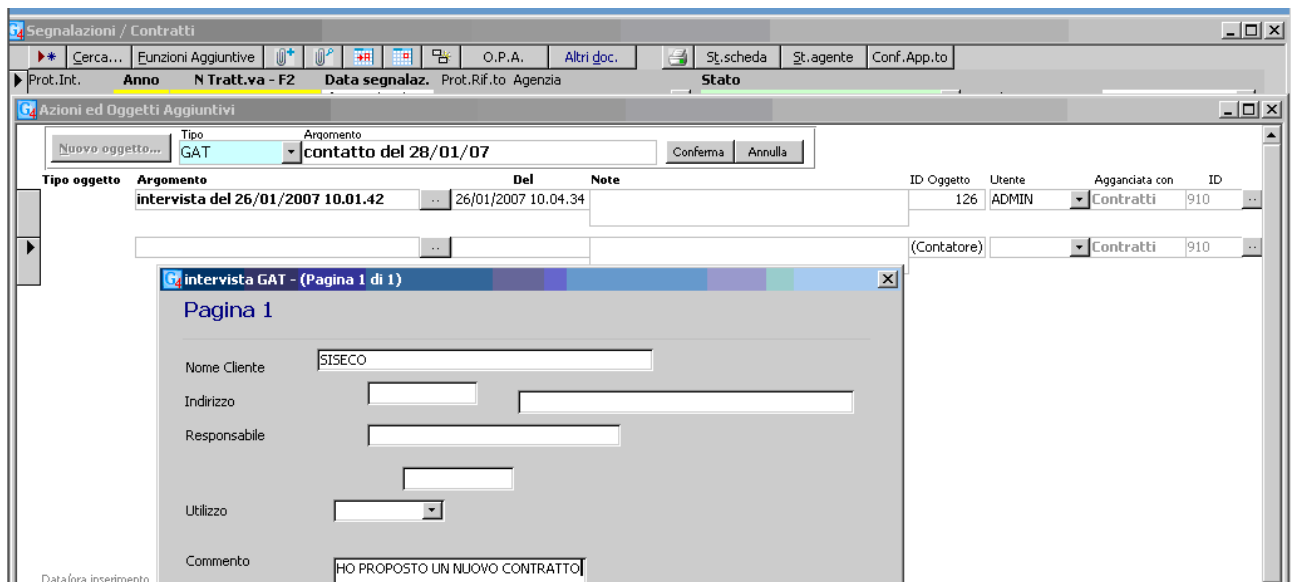
Esempio:

Contattiamo un cliente per raccogliere delle informazioni. Aggiungiamo un OPA inserendo nell'argomento una dicitura a nostra scelta, ad esempio il motivo della chiamata, la data e l'ora.

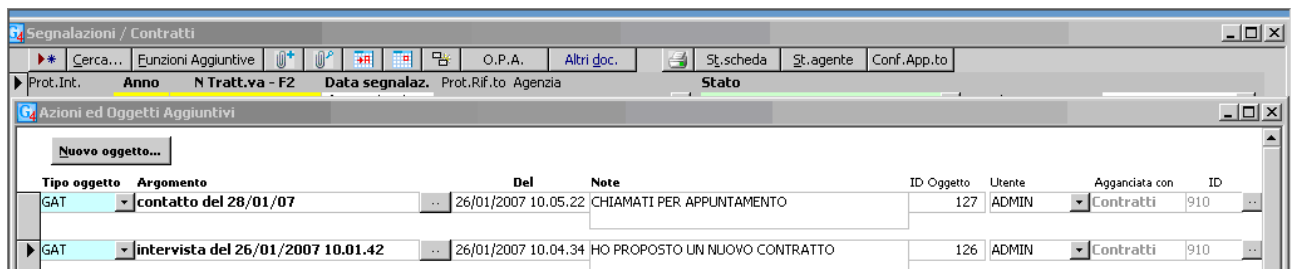
NOTA: data, ora ed utente che ha inserito la modifica vengono comunque salvati anche da GAT in appositi campi.




La riga appena compilata viene salvata ed è possibile visualizzarla. Per inserire un altro OPA, basta premere il tasto NUOVO OGGETTO e compilare i dati:



Ogni volta che si preme il tasto OPA, vengono visualizzati tutti gli oggetti associati al contratto in un'unica pagina che ci permette di avere sottomo l'intera situazione del cliente:



Premendo il tasto "Gestione Oggetto"  in una riga qualsiasi, si apre il relativo OPA, che può essere così consultato ed eventualmente modificato. L'utente ha anche a disposizione un campo NOTE che può compilare inserendo altre informazioni. **NOTA BENE:** il campo "note" NON RIPORTA nessuna delle informazioni inserite nell'OPA. (Nell'esempio sopra sono state inserite appositamente).

Infine nella maschera di Ricerca e Stampa Segnalazione Contratti (nella seconda pagina) sono presenti i campi per la ricerca degli OPA inseriti, ma la ricerca sarà operativa a partire dalla prossima release.

Assistenza più rapida con Netsupport

Da oggi SISECO è lieta di offrire ai propri clienti una nuova forma di assistenza, che già si affianca ai consolidati sistemi in uso: **assistenza on line Netsupport !**

Facile, pratica, veloce, utilizzabile in qualsiasi momento e su qualsiasi postazione mediante download di un semplice file che, una volta scollegati, non lascia traccia sul pc dell'utente. E' utile anche per DEMO ON LINE e DIMOSTRAZIONI.

L'unico requisito richiesto è che la postazione utilizzata possa navigare su Internet e che i pop-up del browser siano disabilitati. Per assistenze su GAT è utile che sia disabilitato il "fading".

Il servizio è gratuito!

Come si utilizza Netsupport?

L'utilizzo è molto semplice! Dopo aver contattato SISECO, il cliente può collegarsi alla pagina www.siseco.com dove troverà un link a HELP DESK E DEMO VIA WEB. Per iniziare, premere:



Lo sapevi che con GAT...

Primo del mese in automatico

Come sappiamo, ogni primo giorno del mese GAT deve essere avviato prima dalla postazione primaria, arrivando almeno fino alla maschera di login del database utilizzato. Una volta acceso il PC primario, basterà lanciare normalmente GAT anche senza entrare nel programma, è sufficiente arrivare sulla maschera di login.



Se si dispone di più di un database, sarà necessario ripetere l'operazione su ognuno per attivarli tutti. La postazione primaria riporta - sulla maschera principale di GAT - una dicitura simile alla seguente:

Vers.459 -- 21/12/06 - Primaria su

con il nome del pc tra parentesi quadre [[]]

Questa operazione permette a tutti gli altri utenti di accedere sul database "attivato" per tutta la durata del mese in corso senza problemi.

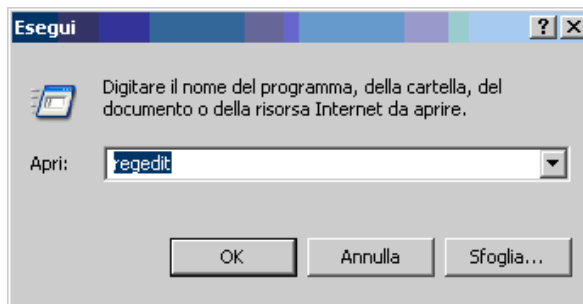
Attivazione su postazione primaria al primo del mese: "modalità unattended"

Esiste un modo per automatizzare questa procedura, ovvero mediante la modalità **Unattended** che significa letteralmente "non assistita, seguita, custodita". Ecco i passi da seguire.

Per facilitare questa procedura sono disponibili delle chiavi specifiche nel registry di Windows da inserire **SOLO SULLA POSTAZIONE PRIMARIA** ed ad esclusivo onere del titolare della licenza, che consentono di uscire automaticamente dall'applicativo una volta aggiornato il Token per tutte le altre postazioni.

Le chiavi vanno aggiunte con un metodo volutamente manuale seguendo la seguente procedura:

- 1) da Start / Esegui, lanciare REGEDIT di Windows



- 2) Una volta entrati nel registro, trovare la chiave "HKEY_CURRENT_USER \ Software \ VB and VBA Program Settings \ GAT - CRM, Contact Center & Telemarketing (Siseco Srl) \ Generale"
- 3) Dentro la cartella "Generale", sul lato destro sono visualizzate le chiavi di registro già presenti. Facendo click destro del mouse in un punto qualsiasi del desktop (non sulle chiavi presenti), compare la dicitura "NUOVO". Premendoci sopra comparirà questo menu:



Selezionando la voce VALORE STRINGA, inserire le voci:

- ✓ ProtezioneAggiornaSoloToken valore 1
- ✓ ProtezioneMessaggioScadenza valore 0

- 4) Il risultato finale sarà l'aggiunta delle due chiavi nel registro coi valori suddetti:



ATTENZIONE:

Mettendo le opzioni in questo modo, il programma sulla postazione primaria può essere lanciato automaticamente con applicativi quali WINAT.exe di Microsoft o altri schedulatori tutti i giorni, oppure il primo del mese. Non sarà possibile però utilizzare il programma finché la chiave "ProtezioneAggiornaSoloToken" rimane pari ad 1.

In quanti modi si stampa l'agenda?

GAT dispone di un'agenda molto flessibile e con molte possibilità di stampa. A seconda delle esigenze è possibile ottenerne diverse. Vediamo i principali metodi di stampa:

Agenda classica e veloce

Dopo aver impostato eventuali filtri in Ricerca e Stampa Segnalazione Contratti (es. nome agente oppure data appuntamento dal/al) la stampa più veloce ed utilizzata è quella che si ottiene premendo STAMPA AGENDA, scegliendo poi tra:

- ✓ **COMPLETA:** un appuntamento su ogni pagina, comprensivo di dati cliente, storico e caratteristiche. In aggiunta, modificando ad hoc alcuni parametri, si possono stampare, gli indirizzi aggiuntivi (PR0026), le caratteristiche (PR0027), la situazione cliente (PR0032), la

situazione cliente e storico vendite (PR0032A) e mettere un salto pagina tra un appuntamento e l'altro (PR0037).

- ✓ **SINTETICA:** circa quattro appuntamenti per pagina, divisi per agente. Modificando inoltre alcuni parametri si possono stampare gli indirizzi aggiuntivi (PR0028), le caratteristiche (PR0029), la situazione cliente (PR0031), la situazione cliente e storico vendite (PR0031A) ed il dettaglio prodotti (PR0033).

In questo tipo di stampa si vedono sempre i dati del cliente, l'agente, data ed ora appuntamento, il portafoglio. Con il PR0001 è anche possibile decidere se stampare o meno anche il nome del TLK.

Riepilogo veloce degli appuntamenti

Una funzione forse poco conosciuta è l'ELENCO GIORNALIERO. Anche per questa stampa sono previsti diversi modi di estrazione:

- ✓ **STANDARD:** riepiloga tutti gli appuntamenti presi in base ai filtri inseriti; ci sono circa sette / otto appuntamenti per pagina con le indicazioni del nome cliente, agente, note, ecc.
- ✓ **CON DETTAGLIO RIGHE:** stampa un report uguale a quello descritto in precedenza, ma con in più il dettaglio dei prodotti venduti (una riga per ogni prodotto).
- ✓ **PERSONALIZZATO:** stampa una pagina per ogni appuntamento, prendendo a modello un report personalizzato creato preventivamente. Il modello può essere facilmente costruito utilizzando il file GAT_EXTERNALREPORT.ADP che si trova nella cartella C:\Programmi\GAT_Enterprise.

Tasto ANTEPRIMA ELENCO

Stampa tutti gli appuntamenti che rientrano nella ricerca, una pagina per ogni appuntamento, indicando il nome del cliente e la sua situazione (prodotti venduti, caratteristiche, ecc) in base al parametro PR0009.

Stampa anagrafica del cliente

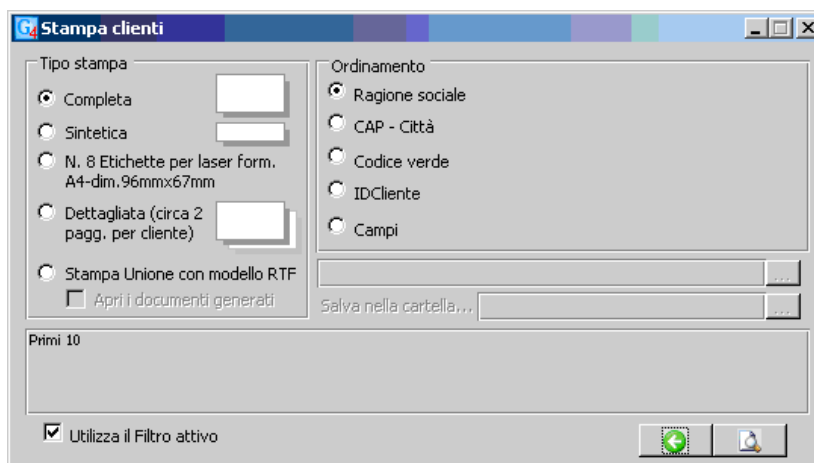
La gestione dell'anagrafica del cliente riveste una parte molto importante nel sistema GAT. Infatti, la conoscenza del cliente sotto tutti i suoi aspetti (contatti, vendite, contratti, richieste, esigenze, ecc) è prioritaria per un CRM.

Come già sappiamo, in GAT esiste una parte Anagrafica molto esaustiva che raccoglie tutti questi dati in un unico "schedario", da dove è possibile vedere tutti i dati correlati (in quale campagna si trova il cliente, in quale stato, vedere le telefonate precedenti, i contratti ecc).

Ovviamente è anche possibile stampare tutta la scheda anagrafica del cliente, in due modi:

- dall'anagrafica di un cliente, premendo il tasto **FUNZIONI AGGIUNTIVE** e poi **STAMPA CLIENTE**. Questo è utile se si desidera stampare la scheda di un cliente preciso.
- Da Anagrafica / Ricerca Clienti, premendo **CERCA**, compare l'elenco filtrato dei clienti. Una volta visualizzato, premere direttamente il tasto **STAMPE**. Questo tipo di stampa è utile quando si desidera avere le schede di più clienti contemporaneamente.

Dopo aver deciso quale tipo di stampa effettuare, GAT ci pone questa maschera:



TIPO DI STAMPA: scegliere quale formato si desidera stampare (stampa **completa** oppure **sintetica**). Scegliendo "Etichette" è anche possibile stampare gli indirizzi dei clienti su un foglio di etichette autoadesive già predisposto (che sia formato A4, e le singole etichette di 96mmx67mm). E' disponibile anche un tipo di stampa **DETTAGLIATA**, che occupa circa due pagine per ogni cliente. Come ultima opzione, possiamo scegliere di eseguire una **stampa unione** dei dati trovati con un modello predefinito in precedenza.

ORDINAMENTO: serve per ordinare nella stampa i clienti trovati (es. per Ragione Sociale, CAP, ecc). Nel piccolo riquadro in fondo alla maschera vengono evidenziati i clienti trovati (se è solo uno compare il nome, se sono più di due compare la dicitura "Primi ...".
Nota bene: se si sceglie di stampare ad esempio i primi 1000 clienti con una stampa dettagliata (2 pagine per ogni cliente) l'elaborazione e la stampa potrebbero durare diversi minuti.

Invio appuntamenti al palmare sempre puntuale

Al fine di garantire sempre la massima funzionalità e l'arrivo puntuale degli appuntamenti sui palmari dei propri agenti, in GAT è presente una tabella funzionale che permette di definire il momento (data e ora) preciso in cui gli appuntamenti devono essere inviati verso i palmari.

La tabella si trova nel menu PLAMARE e si chiama "Rilascio Appuntamenti verso MGAT".

Al momento dell'installazione ed attivazione del modulo, la tabella viene compilata a cura dell'utente per un periodo di giorni determinati, trascorsi i quali sarà necessario inserire delle altre date future per continuare a garantire l'invio degli appuntamenti.

Per inserire nuove date, posizionarsi sull'ultima data presente e premere il tasto **DUPLICA**, indicando poi per quanti giorni dovrà durare la modalità di rilascio (es.: inserire 180 per sei mesi, oppure 90 per tre mesi, ecc).

L'operazione sarà da ripetersi in modo regolare per avere una tabella sempre aggiornata.

Appuntamenti del	Data/Ora di rilascio	Agente	Sospendi	Duplica
18/01/07 - gio	17/01/07 21.30	mercoledì	<input checked="" type="checkbox"/>	314
19/01/07 - ven	18/01/07 21.30	giovedì	<input checked="" type="checkbox"/>	315
20/01/07 - sab	19/01/07 21.30	venerdì	<input checked="" type="checkbox"/>	316
22/01/07 - lun	21/01/07 21.30	domenica	<input checked="" type="checkbox"/>	317
23/01/07 - mar	22/01/07 21.30	lunedì	<input checked="" type="checkbox"/>	318
24/01/07 - mer	23/01/07 21.30	martedì	<input checked="" type="checkbox"/>	319
25/01/07 - gio	24/01/07 21.30	mercoledì	<input checked="" type="checkbox"/>	320
26/01/07 - ven	25/01/07 21.30	giovedì	<input checked="" type="checkbox"/>	321
27/01/07 - sab	26/01/07 21.30	venerdì	<input checked="" type="checkbox"/>	322
29/01/07 - lun	28/01/07 21.30	domenica	<input checked="" type="checkbox"/>	323
30/01/07 - mar	29/01/07 21.30	lunedì	<input checked="" type="checkbox"/>	324
31/01/07 - mer	30/01/07 21.30	martedì	<input checked="" type="checkbox"/>	325
01/02/07 - gio	31/01/07 21.30	mercoledì	<input checked="" type="checkbox"/>	326
02/02/07 - ven	01/02/07 21.30	giovedì	<input checked="" type="checkbox"/>	327
03/02/07 - sab	02/02/07 21.30	venerdì	<input checked="" type="checkbox"/>	328
05/02/07 - lun	04/02/07 21.30	domenica	<input checked="" type="checkbox"/>	329
06/02/07 - mar	05/02/07 21.30	lunedì	<input checked="" type="checkbox"/>	330

*
Data/ora inserimento: 10/01/2007 9.12.40 Data/ora ult.modifica: 10/01/2007 9.12.40 Utente: ADMIN Utente ult.modifica: ADMIN Numero modifiche: 0
Records: 330 di 330

Duplica data di rilascio appuntamenti

Per quanti giorni successivi al [06/02/2007] devo duplicare la modalità di rilascio ?

OK

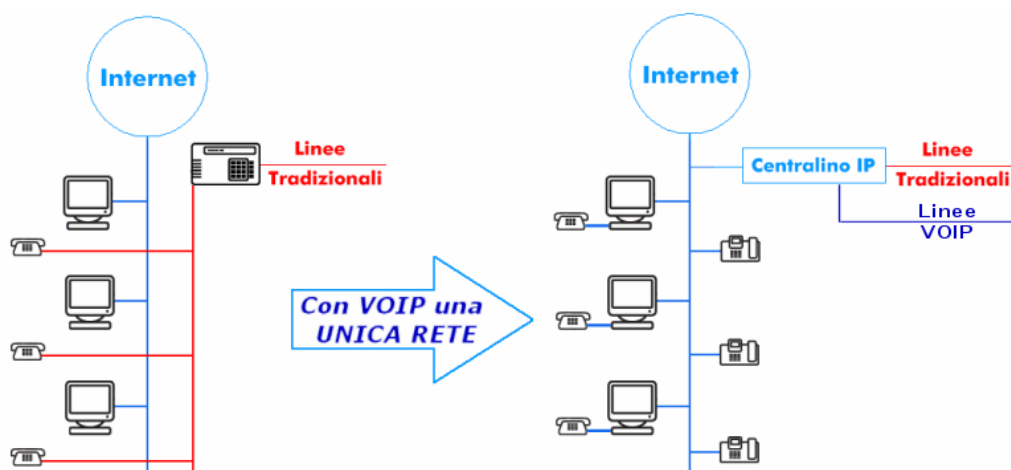
Annulla

Lo sapevi che con Voip..



Nuova Versione GAT VOIP

In questi anni l'evoluzione delle tecnologie VOIP è molto rapida. Per questo SISECO propone una nuova versione, completamente rinnovata, della piattaforma VOIP che costituisce un modulo strategico dell'offerta GAT.crm. Il modulo Voip consente di realizzare un completo IP Contact Center che opera su un'unica infrastruttura di rete IP.



Perché passare al nuovo VOIP ?

La domanda classica: "*Perché passare al nuovo VOIP?*"

Per sfruttare al 100% tutte le potenzialità offerte dal protocollo multimediale SIP.

Vedi l'articolo http://www.siseco.it/download/gat_voip_info.pdf, apparso anche sul III numero del 2006 di **VoiceCom^{news}**.

Ci sono inoltre diverse novità:

- Client: migliore visualizzazione del dettaglio delle chiamate, dei contatti in rubrica con icone che evidenziano i contatti privati/condivisi, invio di messaggi a più utenti
- Client: nuova interfaccia con diverse modalità: Classica, Estesa, Minima
- Nuove interfacce (a tutt'oggi in lavorazione e miglioramento continuo)
- Rubrica Pubblica Condivisa
- Limite registrazioni per utente alzato a 10.000
- Video telefonata e videoconferenza*
- Voce criptata*
- Voce a banda larga (alta qualità del suono)*
- Desktop sharing*
- Sintesi vocale*
- Chat messenger*

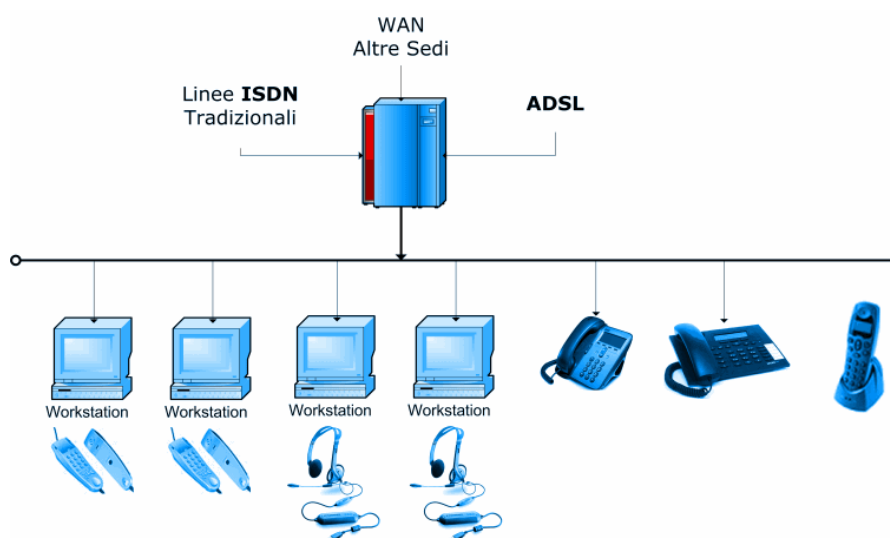


*=disponibili a breve

Saranno inoltre disponibili nuove periferiche professionali.

Altri vantaggi del Nuovo Voip

- ✓ **MOBILITA' E FLESSIBILITA'.** E' possibile centralizzare tutte le informazioni di un utente sul server in cui, oltre alla rubrica centralizzata, può trovare anche le chiamate fatte/ricevute e la casella vocale. Questo significa un notevole passo avanti per quanto riguarda la vera portabilità dell'identità dell'utente.
- ✓ **SERVIZI LATO SERVER.** La userarea fornisce informazioni e servizi aggiuntivi per chi usa telefoni SIP.
- ✓ **SERVIZI AGGIUNTIVI SUI NUOVI TELEFOLI USB.** Supporto di nuove periferiche professionali (es. nuovi telefono USB e telefono IP). Si tratta di hardware sviluppato per far rendere al massimo tutte le funzionalità del client anche sul telefono.
- ✓ **USABILITA'.** Nuova veste grafica del Client. La nuova interfaccia è al TOP si degli standard della telefonia IP.
- ✓ **SVILUPPO.** Il nuovo sistema accoglierà progressivamente importanti novità come la criptazione della voce e delle registrazioni delle telefonate, la sintesi vocale ed il video.



Funzionalità opzionali del Nuovo Voip

Vengono ulteriormente potenziate le seguenti funzionalità opzionali:

- ✓ **Real Time Monitor:** per [aumentare il controllo](#) degli operatori
- ✓ **Predictive dialing:** per [aumentare la tua produttività](#) nelle campagne Outbound
- ✓ **Cluster Solutions:** per [aumentare l'affidabilità](#)

Domande e Risposte per il Cliente

D. Quali sono i Vantaggi di passare al nuovo VOIP?

R: Nel nuovo VOIP verranno implementate caratteristiche che non saranno mai presenti nell'attuale:

- Client: migliore visualizzazione del dettaglio delle chiamate, dei contatti in rubrica con icone che evidenziano i contatti privati/condivisi, invio di messaggi a più utenti
- Rubrica Pubblica Condivisa
- Limite registrazioni per utente alzato a 10.000
- Nuove interfacce (a tutt'oggi in lavorazione e miglioramento continuo)
- Voce criptata*
- Voce a banda larga (per un'alta qualità del suono)*

- Desktop sharing*
- Video telefonata e videoconferenza*
- Sintesi vocale*
- Chat messenger*

Sarà inoltre disponibile Hardware dedicato (fine 2007) e professionale.

*=disponibili a breve

D: Ci sono delle funzioni che prima usavo e che ora non avrà più ?

R: Tutte le funzionalità pregresse sono garantite, al limite ci sono evoluzioni di interfaccia e posizionamento delle funzionalità. Del resto l'evoluzione della telefonia IP è in questo momento molto rapida e offre ogni giorno nuove possibilità e funzionalità. Il nuovo VOIP sarà per questo un nuovo passo notevole verso il futuro.

D: Cosa succede con le schede ISDN che ho già ?

R: Nulla, tutto funziona come e meglio di prima, sia con EICON che con PRIMUX.

D: Utilizzo connessioni puramente VOIP, vanno ancora ?

R: Certamente SI.

D: Cosa succede alle cuffie e ai telefoni che uso?

R: Tutte le cuffie USB funzionano ancora perfettamente.

Sono disponibili nuovi Telefoni IP E Telefoni USB, con maggiori funzionalità.

NB: Le vecchie cornette USB (con e senza tastiera) invece funzionano solo con il client in versione "compatibile", il quale ha le stesse funzionalità precedenti ma non avrà gli sviluppi delle nuove funzionalità.

Seminari ed incontri

Appuntamento con VOICECOM



*SISECO è entrata nel comitato di redazione di VoiceCom News.
(www.voicecomnews.it)*

Nel prossimo numero 1/2007 siamo presenti con un articolo

"Il Valore del Capitale Umano in Azienda"

E con una comunicazione istituzionale a piena pagina.

Dal 1997 VoiceCom è l'evento che fa luce sul Front Office in tutte le sue declinazioni: CRM, Customer Operation, Outsourcing, Contact Center, Mobile Office, VoIP, Community, Wireless e molto altro ancora.

Cogliamo anche l'occasione per informarVi che saremo presenti all'evento del

16-17 maggio 2007

Presso l'Atahotel Executive - V.le Don Luigi Sturzo, 45 - Milano

Strategie e soluzioni per: CRM - Customer Operation - Outsourcing - Contact Center - Customer Satisfaction - Community - Mobile Office - VoIP - Wireless

L'evento si divide in diverse giornate nelle quali saranno trattati diversi argomenti:

1° giorno: **STRATEGIE**, con la presentazione del Benchmarking 2006 del Customer Management Forum, l'unica indagine sul CRM a livello nazionale che coinvolge più di 200 aziende.
2° giorno: **SOLUZIONI**, con un panorama di convegni verticali, che mostrano in azione le più recenti applicazioni in grado di migliorare il rapporto con il Cliente.

Entrambi i giorni: area Demo Point, per favorire l'incontro tra visitatori e aziende specializzate nel settore.

Per saperne di più: <http://www.iter.it/voicecom2006/default.htm>

Sui prossimi numeri troverete maggiori informazioni... state con noi!

Servizi, Formazione e Gadgets

Tele Formazione e Corsi di Aggiornamento Gratis - **NEW!**

La formazione operativa e marketing è un tema sempre molto importante. Migliorando il proprio Call Center, l'Azienda scoprirà una nuova e inattesa capacità di accrescere, rispetto alla concorrenza, il livello di soddisfazione dei clienti.

TELEFORMAZIONE

un nuovo servizio per risparmiare!

ONLINE e RISPARMIO!

SISECO amplia la sua già vasta offerta di servizi con questa nuovissima opportunità:
la TELEFORMAZIONE!

Da oggi le attività di Istruzione, Formazione, Assistenza Software, potranno essere erogate anche **in remoto**. I nostri Consulenti infatti utilizzeranno una soluzione affidabile, veloce e intuitiva per stabilire una connessione sicura con il tuo computer per erogare l'assistenza richiesta, come se fossero al tuo fianco in ufficio, **eliminando così i relativi costi di trasferta**.

Verifica i requisiti:

1. validità del canone di assistenza
2. una connessione a Internet
3. cuffia con microfono (opzionale)
4. accordi con il proprio Commerciale per la richiesta del pacchetto di ore necessario, chiamando il numero 0331-341917 (interno 1) oppure scrivendo a commerciale@siseco.it

e procedi subito !

* * * *

CORSI RAPIDI DI AGGIORNAMENTO

Per lavorare meglio e più velocemente !

ONCENTER e GRATIS!

Da Gennaio 2007 finalmente sono disponibili dei "Corsi Rapidi di Aggiornamento" all'utilizzo di GAT.crm. Si tratta di corsi avanzati in cui vengono trattati gli argomenti relativi alle ultime novità funzionali della piattaforma GAT.crm e CTI integrata.

Prossime date dei Corsi (fino ad esaurimento posti)

- Mercoledì 21 febbraio
- Martedì 27 marzo
- Mercoledì 18 aprile

Programma

- Inizio corso ore 10.30
- Pausa Pranzo ore 13.00 - Offerta da SISECO
- Termine corso ore 16.30

Prerequisiti

- Si tratta di corsi di aggiornamento, è pertanto necessario conoscere già i principi generali di GAT.crm ed aver completato la formazione base.

Costi

- Il corso è gratuito. Iscriviti subito scrivendo a assistenza.gat@siseco.it oppure chiamando il numero 0331-341917

Sede

- Sala Riunioni SISECO - Busto Arsizio (VA) - Via Silvestre 40

Quali servizi puoi erogare con GAT: "Segreteria Virtuale"

GAT Segreteria Virtuale consente di gestire i servizi di Segreteria Virtuale

Il servizio consente di avere un Call Center remoto a disposizione, che risponda in modo professionale a tutti i contatti, inoltrando solo le chiamate desiderate, mantenendo la propria numerazione telefonica e il proprio centralino. Il Servizio identifica, memorizza e classifica tutte le chiamate, in modo da fornire un completo report finale. Di seguito alcune funzionalità:

Numero di telefono dedicato

Possibilità di assegnazione di un numero di rete fissa che diventerà il nuovo numero d'ufficio dell'utente della segreteria virtuale. Se, invece, si preferisce mantenere l'attuale numero, è possibile attivare un trasferimento di chiamata dal Call Center al numero indicato.

GAT.Voip - Interno Virtuale

E' possibile inoltrare a richiesta o automaticamente una chiamata all'utente del servizio, come se fosse un interno del Vs. Call Center, senza costi aggiuntivi.

E' anche possibile chiamare per conto del proprio utente e metterlo in conferenza con più utenti esterni.

GAT.Inbound - Storico chiamate

Ogni chiamata viene memorizzata, documentata con chiarezza, e resa visibile attraverso il Web.

GAT.Agenda - Agenda

E' possibile dare a disposizione dell'utente una vera agenda personale alla quale sia il Call Center che la segreteria possono accedere tramite il sito di GAT.

GAT.Sms - Un messaggio per ogni chiamata ricevuta

E' possibile inviare un messaggio per ogni telefonata ricevuta, a mezzo e-mail e/o, a scelta, un sms quando non sarai raggiungibile

L'"Outsourcing" in Italia è ancora poco utilizzato, ma gli effetti positivi possono essere facilmente misurati in brevi periodi. In questi ultimi anni la competizione è sempre più esasperata e per questo risulta fondamentale gestire i contatti con i clienti e con i fornitori in modo professionale, sistematico e con una struttura organizzata, in grado anche di render conto di tutte le attività di Contact Center.

Con il nostro sistema di **segreteria virtuale**, avrete la possibilità di gestire al meglio i vostri contatti telefonici. Un sistema **VOIP**, automatico e intelligente smisterà le telefonate a cascata su vostri numeri aziendali, privati o mobili oppure in caso di mancata risposta o anche subito, saranno gli operatori di un Call Center a rispondere per Voi con la massima professionalità, **per conto vostro**, esattamente come se fossero nel vostro ufficio, con un messaggio personalizzato, eventualmente smistandovi solo le chiamate più importanti che deciderete di ricevere.

Finalità

Il servizio è finalizzato a fornire alle aziende l'**outsourcing** della gestione dell'ufficio e della segreteria telefonica, relativa a numeri verdi o numeri a valore aggiunto, in varie modalità per ciascuna esigenza. Il tuo Ufficio Virtuale sarà comodamente e sempre raggiungibile dai Vostri Clienti e Fornitori, nelle diverse formule più adatte alle tue esigenze:

- Indirizzo postale, telefonico e fax da poter inserire su tutta la documentazione aziendale (carta da lettera, biglietti da visita)
- Ricezione posta e fax: la documentazione viene trattenuta o inviata ad altro indirizzo secondo indicazioni
- Ricezione telefonate con risposta personalizzata ed eventuale trasferimento su altra utenza fissa o mobile
- Servizio Segreteria multilingue

Tipologie di servizio

TRASFERIMENTO DI CHIAMATA CON FILTRO

Quando il Vostro utente comporrà il numero a Voi assegnato (numero normale o numero Verde), la chiamata verrà trasferita ad un numero da voi indicato. I numeri su cui reindirizzare le chiamate possono essere anche differenti a seconda delle fasce orarie o dei giorni della settimana o dell'anno; oppure, il trasferimento di chiamata può essere impostato solo per alcune fasce orarie o per determinati giorni della settimana o dell'anno. E' possibile anche trasferire le chiamate su un numero di telefonia mobile (cellulare).

SERVIZI AUTOMATIZZATI TRAMITE IVR PERSONALIZZATO

Quando il Vostro utente comporrà il numero a Voi assegnato potrà ascoltare il messaggio o i messaggi preventivamente registrati. Nel caso in cui il servizio fosse composto da più messaggi, quindi da differenti servizi, il Vostro utente potrà sceglierne uno grazie ad un menù ad albero appositamente costruito per Voi, che verrà attivato tramite la tastiera del telefono: Premi il tasto "1" se vuoi..., premi il tasto "2" se vuoi..., e così via.

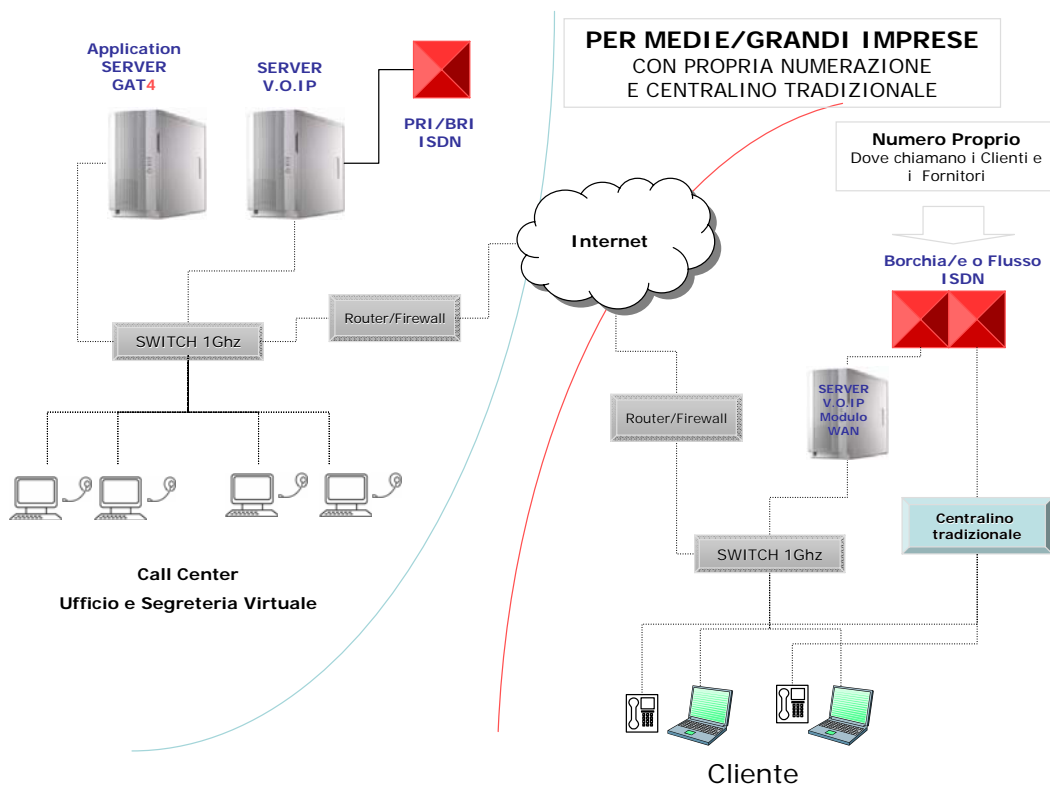
MODALITA' MISTA

Un menù ad albero potrà prevedere la possibilità per l'utente di scegliere se accedere ad un servizio registrato o ad un servizio dal vivo, con trasferimento di chiamata: Premi il tasto "1" se vuoi..., premi il tasto "2" se vuoi..., premi il tasto "3" se vuoi parlare direttamente con l'operatore.

SEGRETERIA VIRTUALE AVANZATA (IVR "Interactive Voice Response")

IVR "Interactive Voice Response" è una tecnologia che permette di dialogare con una struttura di voci preregistrate con l'ausilio dei tasti telefonici. Le voci preregistrate vengono organizzate ad albero in modo che l'utente possa seguire il percorso interessato.

L'IVR può interagire con sistemi automatici, al termine della chiamata è possibile archiviare i dati ricevuti e renderli disponibili al Cliente via Web.



Gadgets GAT.crm

Il mondo di GAT in questi anni si è ampliato e arricchito anche con gadgets come:

- Borsone GAT.crm !!
- mouse pad
- calendari mensili da muro
- calendari annuali da tasca e da tavolo
- magliette
- zainetti
- planning (in due formati)



NOVITA'
potete richiedere questi gadgets per i Vostri operatori !
Contattaci tramite il nostro help desk assistenza.gat@siseco.it

Calendario 2007 !

Il calendario 2007 è stato un altro grande successo di consensi !!

Si compone di tredici splendide immagini tratte direttamente dai nostri collaboratori durante le loro ultime vacanze. Noterete immagini provenienti da tutto il mondo: Nuova Zelanda, Canada, Stati Uniti, Cuba, Egitto, Italia, ecc...



Sviluppi in corso...

Prima di passare agli sviluppi in corso, vi ricordiamo che nel nostro sito è presente una pagina sempre aggiornata con tutte le novità GAT, del mondo IT e Call Center, "case history" di diversi clienti, presentazioni, ecc. Vi invitiamo a dare un'occhiata: <http://www.siseco.com/new/>

GAT5 - Sarà un nuovo mondo !

E' in corso di sviluppo da oltre un anno la realizzazione della nuova piattaforma di GAT5 completamente WEB BASED, nei prossimi numeri ne potrai sapere di più...

The image shows a screenshot of the GAT CRM system. On the left is a navigation menu with options like 'Avanzate', 'Geolocalizzazione', 'Call Center Inbound', etc. The main area displays a user profile for 'AG001 Ferruccio Ferri' with fields for 'Codice Fiscale', 'Costo', 'Titolo', 'Sesso', 'Città', 'CAP', 'Prov.', 'Fax', 'Cellulare', 'Email', 'E-mail CC', 'Stato Civile', 'Prov. Nazione', and 'Collegato ad Utente'. A 'CRM LOGIN' panel is overlaid on the right, containing fields for 'Connection' (GATS), 'Username' (Italiano), and 'Password', with 'Login Now' and 'Reset Form' buttons. The status bar at the bottom indicates 'Area sconosciuta'.

GAT.Geo - Georeferenziazione versione Full

E' in corso di sviluppo la realizzazione del modulo di Georeferenziazione. Questo modulo consentirà le seguenti funzioni:

- Creazione e gestione delle zone direttamente in MAPPA
- Calcolo delle distanze stradali percorse per il giro consegna dei vettori o il giro visita degli agenti ed Ottimizzazione dei percorsi per il giro visita
- Proposizione dei prospect limitrofi agli appuntamenti già presi mediante un potente algoritmo adattativo che opera real-time durante l'attività lavorativa del Call Center
- Visualizzazione della mappa appuntamenti e mappa clienti

Sarà disponibile in due versioni:

VERSIONE LIGHT (già disponibile)	VERSIONE FULL
<ul style="list-style-type: none"> • Consente di creare e gestire le zone e gli appuntamenti in modo grafico (direttamente sulle mappe) • Calcola le distanze "lineari" tra gli appuntamenti per ottimizzare al meglio il giro degli agenti e le agende giornaliere • Sono già presenti tutti i comuni italiani e oltre 20.000 frazioni e punti di interesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Oltre ai contenuti della versione Light, consente di ottimizzare i percorsi, visualizzare le mappe reali complete di percorsi, strade, punti di interesse, i clienti e gli appuntamenti • Calcola i KM percorsi dagli agenti per verificare i rimborsi spese o prevederli • E' presente la funzionalità di normalizzazione degli indirizzi per una rapida e automatica identificazione successiva • Il sistema utilizza il server di Microsoft MapPoint.

