

 **GAT.crm**[®]
News

GAT NEWS - Periodico Informativo
Settembre 2007

Numero XXXV



17 Settembre 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 Settembre 2007


PRESENTAZIONE	3
Novità dal mondo CRM & Contact Center	4
DEFINIZIONE DEL BUSINESS INTELLIGENCE	4
COME SI COMPORTA IL TUO CLIENTE?	4
NUOVI MODELLI PER I "COMPETENCE" CENTER	5
LE MISURAZIONI	7
SISECO informa	9
COMPATIBILITÀ CON WINDOWS VISTA ED OFFICE 2007	9
SISECO DIVENTA ISV MICROSOFT	9
Seminari ed Incontri (in collaborazione con Club CMMC)	11
SISECO ALLA FIERA DEL LEVANTE (BARI, 8-16 SETTEMBRE 2007)	11
INVITO AL CMMC TOUR [®] (NAPOLI, 26 SETTEMBRE 2007)	11
GIORNATA NAZIONALE DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE 2007	11
Novità GAT	12
CREAZIONE REPORT PERSONALIZZATI	13
CONTROLLO DELL'ATTIVITÀ DEL PD A ZONE	15
NOVITÀ IN ANAGRAFICA CLIENTI	17
NOVITÀ IN AGENDA GIORNALIERA	17
LA NUOVA TABELLA COMUNI	17
GAT.GEO - GEOREFERENZIAZIONE VERSIONE FULL	20
Lo sapevi che con GAT	21
PAUSE E SCREEN SAVER PER LA GESTIONE PRIVACY!	21
FATTURARE CON GAT	21
IMPORTAZIONE CON DIVERSE TIPOLOGIE	22
VALORI STORICI / CRONOLOGIE DEI CAMPI	24
Servizi, Formazione e Gadgets	25
TELE FORMAZIONE E CORSI DI AGGIORNAMENTO GRATIS	25
QUALI SERVIZI PUOI EROGARE CON GAT: "SEGRETERIA VIRTUALE"	26
GADGETS GAT.CRM	28
Sviluppi in corso	29
NUOVO MODULO - TT & POST-SALES (ASSISTENZA)	29
NUOVO PRODOTTO - SARÀ UN NUOVO MONDO !	30






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

PRESENTAZIONE

Gentili Clienti,

Bentornati alle *novità di GAT e del mondo CRM* con  **GAT.crm**[®] **News**
Come sempre, tra le prossime pagine troverete un'ampia panoramica relativa al mondo CRM, alle novità di GAT, ai corsi di formazione ed alle informazioni per lavorare meglio.
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/faggat_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 col prossimo numero di GATNEWS e nel frattempo ...

buona lettura!

GAT 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.



GAT.crm la strada più agevole per la conquista di nuovi clienti!



Vuoi migliorare la qualità del tuo lavoro?

Agevolare la produttività dei tuoi operatori?

GAT.crm offre in un'unica piattaforma tutte le funzionalità CRM, Marketing, Gestionali e VoIP per gestire al meglio la relazione con i clienti acquisiti e potenziali.

Novità dal mondo CRM & Contact Center

Definizione del Business Intelligence

Con il termine **business intelligence (BI)** ci si può solitamente riferire a:

- un insieme di processi aziendali per raccogliere ed analizzare informazioni strategiche
- la tecnologia utilizzata per realizzare questi processi
- le informazioni ottenute come risultato di questi processi

Questo termine è stato coniato da Howard Dresner, analista del gruppo Gartner, nei primi anni '90.

B.I. come processo aziendale

Le organizzazioni raccolgono informazioni per trarre **valutazioni e stime** riguardo al proprio contesto aziendale e del mercato cui fanno parte (Ricerche di mercato e Analisi del contesto Concorrenziale).

Le organizzazioni utilizzano le informazioni raccolte usando una strategia di business intelligence per **incrementare il loro vantaggio competitivo**.

Generalmente le informazioni vengono raccolte per scopi **direzionali interni** e per il **controllo di gestione**. I dati raccolti vengono opportunamente elaborati ed utilizzati per supportare concretamente le decisioni di chi occupa ruoli direzionali (esempio per capire l'andamento delle performance dell'azienda, generare stime previsionali, ipotizzare scenari futuri e future strategie di risposta).

In secondo luogo le informazioni possono essere analizzate a differenti livelli di dettaglio e gerarchico per qualsiasi altra funzione aziendale: marketing, commerciale, finanza, personale od altre.

Le fonti informative sono generalmente interne, provenienti dai sistemi informativi aziendali ed integrate tra loro secondo le esigenze. In senso più ampio possono essere utilizzate informazioni provenienti da fonti esterne come esigenze della base dei clienti, trend tecnologici o culturali fino al limite delle attività di spionaggio industriale. Ogni sistema di business intelligence ha un obiettivo preciso che deriva dalla vision e dagli obiettivi della gestione strategica di un'azienda.

B.I. come tecnologia

Spesso la business intelligence viene citata come il processo di "*trasformazione di dati e informazioni in conoscenza*". Il software utilizzato ha l'obiettivo di permettere alle persone di prendere **decisioni strategiche** fornendo informazioni **precise, aggiornate e significative nel contesto di riferimento**.

Ci si può riferire ai sistemi di business intelligence anche con il termine "*sistemi per il supporto alle decisioni*" (Decision support systems o DSS), anche se l'evoluzione delle tecniche utilizzate rende la terminologia suscettibile di ammodernamenti. Con il termine "*business performance management*" ci si può riferire a sistemi di business intelligence di nuova generazione anche se la distinzione tra i due termini è spesso non percepita.

I dati generati dai vari sistemi (contabilità, produzione, R&S, CRM ecc.) possono venire archiviati in particolari data base chiamati *data warehouse*, che ne conservano le qualità informative.

Le persone coinvolte nei processi di business intelligence utilizzano applicazioni software ed altre tecnologie per *raccogliere, immagazzinare, analizzare e distribuire* le informazioni.

Fonte: http://www.crmnet.it/CW_CRM_Article.asp?ID=196

Come si comporta il tuo cliente?

Cosa si rivela più importante: capire le macro-forze del mercato o captare le micro-scelte dei propri consumatori? Un bel quesito. Tuttavia, è certo che il contesto "micro" per le piccole e medie imprese è sicuramente più semplice da gestire e maggiormente strategico.

Diversi studi hanno più volte confermato che i clienti non sono una massa indistinta di individui, sono invece **un insieme di gruppi, accomunati da alcuni caratteri che li rendono omogenei tra di loro**.

Tale constatazione è logica ed ovvia, ma non si capisce perché spesso le aziende la scordano o non riescono a metterla in pratica.

Con la definizione di “comportamento del consumatore” si identifica un insieme di azioni compiute dal consumatore per portare a termine il proprio acquisto, suddivise in tre fasi distinte:

- ✚ Pre-acquisto
- ✚ Acquisto
- ✚ Post-acquisto

Ogni singola fase è inoltre divisa in stadi progressivi. Questa somma di processi e la relativa analisi porta ad un monitoraggio dettagliato dei clienti, quindi a capire come e perché essi acquistino e utilizzino i prodotti, quali siano i loro interessi, i loro bisogni, le eventuali reazioni di fronte al prezzo o alla pubblicità. Infine quali siano i meccanismi che ostacolano o favoriscono il consumo di beni.

La **differenziazione della clientela** è un concetto già da tempo elaborato. Negli anni '90 la tecnologia iniziò a fornire soluzioni su misura per la segmentazione del mercato, soprattutto per:

- passare da informazioni generiche ad informazioni dettagliate, attribuibili ad uno specifico consumatore;
- creare relazioni individuali con i clienti mediante forme di comunicazione diretta.

Il tempo e l'evoluzione tecnologica ha successivamente dato alla luce il CRM. Oggi il CRM rappresenta un fiore all'occhiello in termini di buona gestione delle relazioni con la clientela e monitoraggio dei diversi settori aziendali.

A cosa serve capire meglio i nostri clienti? Serve perché migliora sensibilmente l'andamento e la gestione aziendale. Serve perché si possono ridurre sprechi di tempo, risorse e soldi. Serve perché è più facile ottenere buoni ritorni sugli investimenti (ROI).

Due importanti strumenti operativi

La carta commerciale, comunemente conosciuta come “carta fedeltà”. Questa stabilisce un legame biunivoco tra dati-cliente ed i suoi acquisti, facilitando il processo di conoscenza della clientela e l'analisi dei comportamenti d'acquisto. Si rivela un ottimo strumento di fidelizzazione e di potenziamento delle politiche di marketing.

La newsletter. E' uno degli strumenti più adatti e proficui per stabilire una forte relazione con clienti, soci, partner e stakeholders in generale. E' uno strumento che dà al destinatario il potere di decidere (scelte e click possono condizionare la produzione di prodotti o l'offerta di servizi). La newsletter vuol dire anche alta interazione. **Se legata ad un CRM** le comunicazioni vengono create ed inviate in modo personalizzato (offerte, notizie, proposte differenziate secondo il target di riferimento) e possono diventare contenitore o veicolo di altri media: audio, video, fotografie, sms, ecc. Inoltre, grazie all'analisi dei feedback la newsletter offre al mittente interessanti report su click, interessi espressi, visite ai siti, prodotti visionati, tendenze di mercato. Si rivela un ottimo strumento di promozione, fidelizzazione e di potenziamento delle strategie di marketing.

Fonte: http://crmblog.blogs.com/crm_blog/crm/index.html

Nuovi modelli per i "Competence" Center

Dal traffico telefonico ai servizi, come trattare quantità a valore aggiunto.

Negli ultimi anni i volumi ed i valori di Customer Care e Teleselling sono molto cresciuti, in particolare quelli assegnati agli Outsourcer. Sono perciò aumentate le esigenze di controllo da parte dei Committenti, ma anche la necessità di esplorare nuove forme di partnership che permettano di affidare all'esterno processi più integrati, più complessi e più specialistici, che richiedono interventi sulle tecnologie, sulle risorse umane e sulla loro organizzazione.

Tutto ciò nel rispetto delle norme vigenti - soprattutto i contratti di lavoro e le norme sulla privacy - mantenendo un adeguato livello di qualità dei servizi resi ai clienti finali.

L'automazione

Il volume delle informazioni da fornire ai clienti finali e delle modalità con cui esse devono essere fruite dai clienti stessi è in costante aumento. Per mantenere adeguata la qualità del servizio fornito si è agito fino ad ora soprattutto sull'incremento del numero di persone necessarie ad erogarlo.

Sempre più spesso si entra in contatto con sistemi computerizzati (biglietterie, totem per prenotazioni, siti web) non solo per consultare, ma anche per interagire (acquistare, prenotare, disporre...), incrementando le occasioni e le fattispecie in cui si può rendere necessaria assistenza.

Se vi è una scarsa propensione degli utenti ad interagire con sistemi automatici, tale atteggiamento tende a cambiare quando la tecnologia serve a facilitare l'accesso alle persone. Ad esempio si richiedono menù automatizzati facili da usare, oppure si esige un accesso facile alle persone del CS navigando su web.

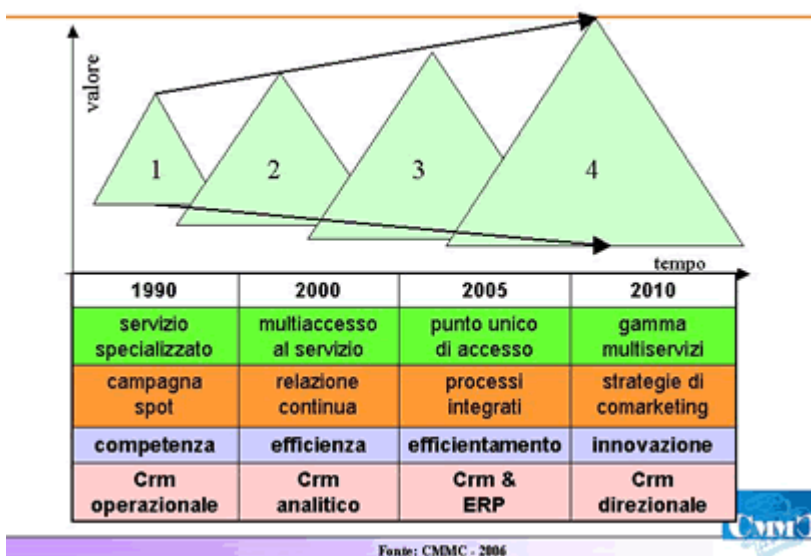
I consumatori preferiscono le tecnologie che facilitano o semplificano il collegamento ad un essere umano, piuttosto quelle che tendono semplicemente a sostituire le persone. Inoltre i clienti finali apprezzano le soluzioni automatizzate in tutti i casi in cui attraverso di esse è possibile arrivare alla soluzione delle loro esigenze senza dovere subire pesanti trafille burocratiche.

Queste considerazioni richiedono un focus di miglioramento del front-office, in modo che ciascun canale, servizio, o segmento di clientela possa utilizzare la migliore combinazione tra risorse umane e tecnologie disponibili.

Gli interventi

- ✚ Per cominciare può essere migliorato il cosourcing. In tal caso il Committente ha esternalizzato servizi ritenuti non "core" pur mantenendo centralizzato il controllo dei processi e delle attività. Il Committente governa la gestione centralizzata delle chiamate inbound e distribuzione agli operatori, la gestione dei picchi e degli overflow e la gestione delle campagne outbound. L'Outsourcer pone particolare attenzione alla integrazione con il software applicativo del Committente e si cerca di contenere i costi di gestione e i tempi e costi di realizzazione di nuove applicazioni per migliorare il time-to-market dei servizi.
- ✚ Su alcuni mercati è ancora possibile intervenire su una migliore ripartizione delle tipologie dei contatti. In breve, le transazioni che sono caratterizzate da un elevato volume debbono essere gestite in modalità self-service, mentre le transazioni che hanno un alto valore aggiunto debbono essere affidate a personale professionalmente preparato.
- ✚ La necessità di intervenire sugli aspetti giuslavoristici costringe ad una più attenta ridefinizione dei processi delle attività, che spesso si sono sviluppate senza un particolare criterio, se non quello di seguire le opportunità del mercato.
- ✚ Sempre nel breve termine, è possibile delocalizzare all'estero le attività di Contact Center, in Romania, in Argentina, ecc... Questo modello deve essere integrato da scelte di internazionalizzazione non sempre facili da realizzare per gli imprenditori del settore.

Evoluzione del valore dei servizi di Contact Center



- ✚ Per chi ha già preso in carico **processi collegati al front-office**, ma che richiedono diverse competenze - si pensi alla fatturazione, alla gestione del credito, alla logistica - è giunto il momento di diversificare verso il **BPO (Business Processing Outsourcing)** in modo più evidente per consolidare questa specializzazione.

Gli scenari

A medio termine l'opera di reingegnerizzazione del front-office non basta. Occorre creare nuovi modelli essenzialmente basati su alcune possibili linee di sviluppo, che nel seguito abbiamo brevemente individuato.

- **Semplificare l'accessibilità.**

Con l'impiego dei sistemi decisionali esperti è già ora possibile simulare il comportamento umano e mettere l'utente a proprio agio. L'aspetto degli assistenti virtuali, la loro animazione e la proprietà di dialogo saranno utili a semplificare gli accessi ai contact center. Anche la comunicazione video via web potrà avere più fortuna. Serve una convinta scelta di applicazione da parte dei maggiori protagonisti del mercato accompagnata da intelligenti campagne pubblicitarie sui nuovi servizi.

- **Personalizzare l'accesso.**

I telefonini, come dispositivi personali sempre più diffusi, garantiranno connettività ubiqua per fare in modo che gli utenti possano accedere ad ogni tipo di informazione. I servizi di ricerca di informazioni saranno personalizzati in modo che i contenuti proposti siano basati su dati precisi dell'utilizzatore: profilo, posizione, orari, abitudini. Questo tipo di intervento sul terminale di accesso sarà determinante per cambiare le modalità di interazione con i contact center.

- **Rendere il Contact Center un media.**

Come i contatti tramite contact center possono diventare parte di processi di comunicazione di marketing, ed in tal modo essere considerati investimento pubblicitario? Ad esempio nel realizzare la convergenza su Internet gli operatori di telecomunicazioni mobili stanno ora sperimentando nuove soluzioni di personalizzazione, ma anche di raccomandazione all'acquisto. In tal caso i servizi di contact center saranno molto diversi - di approfondimento e consulenza - e avranno nuove modalità di valorizzazione, in quanto questi "competence" center saranno inseriti nella filiera con specifici compiti e con loro clienti (come fossero operatori tlc virtuali).

L'opera di reingegnerizzazione fino ad ora eseguita sul front-office non è sufficiente. Occorre creare nuovi modelli per i servizi di contact center, modelli molto diversi e con nuove modalità di valorizzazione che tendano a differenziare il livello di servizio a seconda di quanto il committente o il cliente siano disposti a pagare.

Da queste poche note risulta evidente che in questa evoluzione è implicato il modello di business degli operatori di comunicazione, dall'attuale basato sul traffico telefonico a quello relativo al pagamento di servizi basati su contenuti.

(Fonte: Club CMMC)

Le misurazioni

In Italia si è rilevata una rinnovata attenzione sulle attività di analisi e misurazione della Customer Satisfaction che tendono a focalizzarsi sulla comprensione del fenomeno **dell'insoddisfazione** per poi individuare le attività di **fidelizzazione** (*customer retention*).

Tale sviluppo oggi viene completato da analisi innovative orientate a misurare il livello di **defezione** (*customer defection*) ovvero a capire le motivazioni dei clienti persi. In particolare si nota come queste ultime metodologie possano essere mirate su campioni ristretti dei clienti più qualificati per individuare i **motivi della defezione** e le **possibilità di recupero**.

Si evidenziano le difficoltà nell'inserire diversi sistemi di misurazione del "rapporto con il Cliente" nel tempo e in prospettiva, in un contesto che tenga conto delle caratteristiche intrinseche di ciascun prodotto/servizio e della struttura organizzativa dell'azienda.

Tasso di fedeltà o loyalty

Customer retention è il numero % dei clienti rimasti fedeli a fine anno rispetto quelli che esistevano a inizio anno e ai nuovi clienti. È meglio ponderare i numeri dei clienti per classi di spesa.

Anzianità media del portafoglio

L'anzianità della clientela è uguale all'inverso del complemento a 1 del tasso di retention. Ad esempio con quest'ultimo tasso pari a 80% l'anzianità è di 5 anni.

Churn rate

Tasso di abbandono a favore della concorrenza, analizzato con la matrice acquisizione e defezione (ovvero come si passa da una marca ad un'altra).

Customer satisfaction

Livello di soddisfazione o di customer satisfaction. Esiste una relazione non lineare con la fedeltà, ovvero non è detto che un aumento in satisfaction possa produrre un pari aumento in fedeltà. Ciò è soprattutto evidente in situazioni di bassa concorrenzialità (servizi pubblici) con maggiore rigidità nella loyalty e, viceversa, in situazione di elevata concorrenzialità (settore auto) che presentano maggiore elasticità.

Analisi del comportamento di acquisto

Consiste nell'analisi di tempi e modalità di acquisto nell'ultimo periodo con proiezione a medio-breve.

Intenzione di riacquisto

Misura la propensione o meno a riacquistare. Le probabilità dichiarate dai clienti possono essere sovrastimate e vanno perciò corrette con il reale comportamento ricavato dalle analisi storiche.

Lettura consigliata:

"SVILUPPARE LA FEDELTA' ASCOLTANDO IL CLIENTE" di Gennaro Iasevoli e Carlo Alberto Pratesi

(Fonte: Club CMMC)

SISECO informa

Compatibilità con Windows VISTA ed Office 2007

A partire dal mese di Febbraio 2007 Microsoft ha rilasciato il nuovo sistema operativo Windows Vista.

Come ogni nuovo sistema operativo, presenta novità e differenze sostanziali rispetto ai precedenti; tali differenze possono potenzialmente compromettere la compatibilità dei prodotti software.



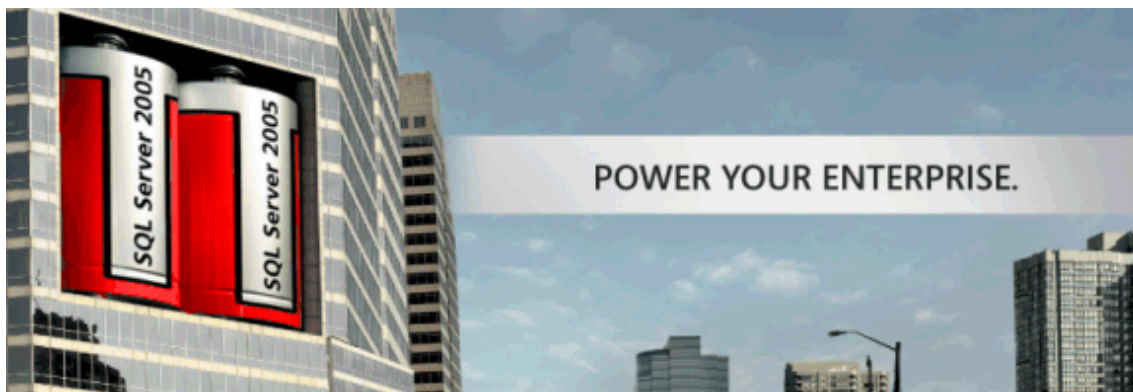
GAT.Crm[®] e Voip sono attualmente sottoposti ai consueti ed approfonditi test tecnici, funzionali e operativi, particolarmente lunghi e onerosi in virtù delle notevoli differenze introdotte dal nuovo sistema operativo.

Le verifiche fino ad ora effettuate permettono di considerare "compatibili" i prodotti per l'utilizzo con Microsoft Windows Vista ed Office 2007. In particolare per Office 2007 si potrà notare che le barre degli strumenti vengono gestite mediante una toolbars "addins" anziché con le barre "ribbon".

Si ricorda che l'assistenza su GAT.crm e Voip viene erogata quando installato su piattaforme certificate.

Siseco diventa ISV Microsoft

"Dai al Tuo Business il giusto motore !"



[Contattaci per valutare insieme la licenza SQL Server che fa per te !](#)



SISECO è lieta di comunicare che è diventata Partner ISV di Microsoft.

Grazie all'adesione a questo Partner Program possiamo offrire nuovi servizi professionali ed a valore aggiunto ai nostri clienti utilizzatori di GAT.Crm.

In particolare possiamo fornire le licenze di [Microsoft SQL Server](#) e [Terminal Server](#) a prezzi estremamente vantaggiosi in quanto Embedded (comprese) nella licenza GAT.Crm.

[▶ GAT.Crm è certificato Microsoft](#)

Certificare le applicazioni significa offrire ai clienti la piena compatibilità della soluzione con la piattaforma Microsoft e quindi garantire ai clienti la produttività di cui necessitano.

► Cosa vuol dire ISV Microsoft ?

ISV Partner Program è un programma per i Partner di Microsoft, rivolto specificamente agli Independent Software Vendor, società focalizzate sulla vendita di applicazioni sviluppate su tecnologia Microsoft. Il programma nasce per offrire un punto di contatto privilegiato con Microsoft, fornisce strumenti, formazione e supporto nell'aggiornamento tecnologico.

► Nuova Versione di Microsoft SQL Server 2005

Per soddisfare nel modo migliore le esigenze di ciascun segmento di clienti, Microsoft ha riprogettato la famiglia di prodotti SQL Server 2005 con quattro nuove edizioni:

- Express,
- Workgroup,
- Standard,
- Enterprise.

Come database generale e di basso costo, SQL Server 2005 fornirà un valore e funzionalità senza precedenti rispetto alle soluzioni della concorrenza. Le quattro nuove edizioni offriranno una serie di funzionalità, che vanno dalla alta disponibilità e scalabilità a strumenti avanzati di business intelligence, progettate per consentire agli utenti dell'intera organizzazione maggiori potenzialità attraverso una piattaforma di gestione dati più sicura, affidabile e produttiva. Inoltre, grazie ai minori tempi di inattività delle applicazioni, all'alta scalabilità, alle elevate prestazioni e ai rigorosi controlli di protezione, SQL Server 2005 rappresenta un sensazionale passo avanti per quanto riguarda il supporto dei sistemi aziendali più complessi in assoluto. Nella tabella seguente sono presentati i dettagli relativi a ciascuna delle diverse edizioni.

Funzionalità	MSDE 2000	Express 2005	Workgroup 2005 (* al vecchio SQL Std.2000)	Standard 2005 (* al vecchio SQL Ent.2000)	Enterprise 2005
Numero di CPU	2	1	2	4	Nessun limite
RAM	1GB	1 GB	3 GB	Max del sistema	Max del sistema
Supporto 64 bit	WOW (Win on Win)	WOW (Win on Win)	WOW	✓	✓
Dimensione database	2 GB	4 GB	Nessun limite	Nessun limite	Nessun limite
Partizionamento					✓
Operazioni parallele di index					✓
Viste indicizzate					✓
<i>GAT.crm</i> *	~ 10/20PDL	~ 20 PDL	~ 30/40 PDL	~ 80/100 PDL	Oltre

* = dipende dalla tipologia di attività per cui il CRM verrà utilizzato e dalla dimensione degli archivi che si desidera importare - PDL = Postazione di lavoro concorrente

Per info: <http://www.siseco.com/new/isv.htm>



Seminari ed Incontri (in collaborazione con Club CMMC)

Siseco alla Fiera del Levante (Bari, 8-16 Settembre 2007)

SISECO ha partecipato alla Fiera del Levante che si è tenuta a Bari dal 8 al 16 settembre 2007.



La Fiera del Levante è l'evento fieristico barese per eccellenza che coinvolge tutto il Sud d'Italia composto da settori specializzati che formano un panorama unico ed eterogeneo in risposta alle tante esigenze del mercato.

Una grande fiera con una lunga storia alle spalle, sempre perfettamente allineata allo stato dell'arte che le nuove tecnologie hanno raggiunto.

Articolo e dettagli pubblicati su:

http://www.siseco.it/download/Siseco_fiera_del_levante_092007.pdf

Invito al CMMC TOUR® (Napoli, 26 Settembre 2007)

Verso una nuova Relazione con i Clienti. Il ruolo del Contact Center come sviluppo del business e delle risorse umane.

Napoli mercoledì 26 settembre 2007 - Unione degli Industriali, Piazza dei Martiri, 58



Agenda incontro

- ore 9,00 - *Registrazione invitati*
- ore 10,00 - *Apertura e chairman. Sergio De Falco, Presidente del gruppo merceologico ICT presso l'Unione Industriali Napoli*
- *Introduzione Mario Massone, fondatore CMMC*
- ore 10,30 - *Gli interventi organizzativi nelle strutture di Customer Care per garantire un percorso di sviluppo alle risorse umane*
Le testimonianze di:
 - *Ciro Di Cecio, Amministratore Delegato TELECONTACT - Gruppo TELECOM ITALIA*
 - *Fiorenzo Codognotto, Amministratore Delegato Gruppo COMDATA.*
- ore 11,40 - *intervallo con caffè*
- ore 12,00 - *Modelli e tecnologie innovativi per la gestione delle Customer Operations*
 - *Carlo Torri, Responsabile Marketing QI COMMUNICATIONS - ORACLE*
 - *Massimiliano Ramaciotti, CRM Manager KEY-ONE KALLIDEAS*
- ore 13,00 - *La Giornata Nazionale della relazione con il Cliente.*
 - *Mario Massone, fondatore CMMC*
- ore 13,30 *Conclusioni incontro*

Per informazioni ed iscrizioni http://www.club-cmmc.it/ccday/Tour2007_Napoli.htm

Giornata Nazionale della Relazione con il Cliente 2007

Siseco partecipa alla Giornata Nazionale della Relazione con il Cliente 2007 che si terrà Mercoledì 24 ottobre.

Anche quest'anno CMMC conferma il suo impegno nel settore e organizza questa ormai tradizionale manifestazione. Il tema 2007 è "Le competenze per gestire i canali di contatto con consumatori, cittadini e collaboratori".

Per informazioni: http://www.club-cmmc.it/ccday/giornata_nazionale2007.htm



Novità GAT

GAT.Crm® - versione 4.6.1

Nel mese di Settembre 2007 è stata rilasciata la versione GAT 4.6.1 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

- Tabelle Comuni (come da cappario di Poste Italiane, o versione free del maggio 2006)

http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/aggiornamenti_cap.htm

- Presentazione GAT.crm:

PPT: http://www.siseco.it/download/Presentaz_GAT_crm.pps

HTML: http://www.siseco.it/gatcrm/Presentaz_GAT_crm.htm

- Ultime novità: <http://www.siseco.com/new/>

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 CD di installazione GAT.

Il CD contiene:

- ✓ SETUP completo vers. 455
- ✓ 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.

Creazione Report Personalizzati

Più di una semplice stampa!

In GAT.Crm 461 viene introdotta una funzione molto pratica per personalizzare le stampe GAT (es. Agenda, invio conferma appuntamento, ecc) chiamata Report Personalizzati.

Mediante questa funzione è possibile ottenere diversi layout di Report Custom per ogni singola stampa, anche due diversi per un singolo report, personalizzati per utente.

**I Report Custom possono essere applicati su tutte le stampe:
ogni modello è personalizzabile per utente
e può essere usato tutte le volte che si desidera!**

I Report Custom possono essere considerati come dei programmi veri e propri, che possono creare una stampa personalizzata ed anche molto di più (es. far apparire una maschera che chiede dati integrativi da usarsi nel report stesso ed inviare una mail, ecc).

I VANTAGGI

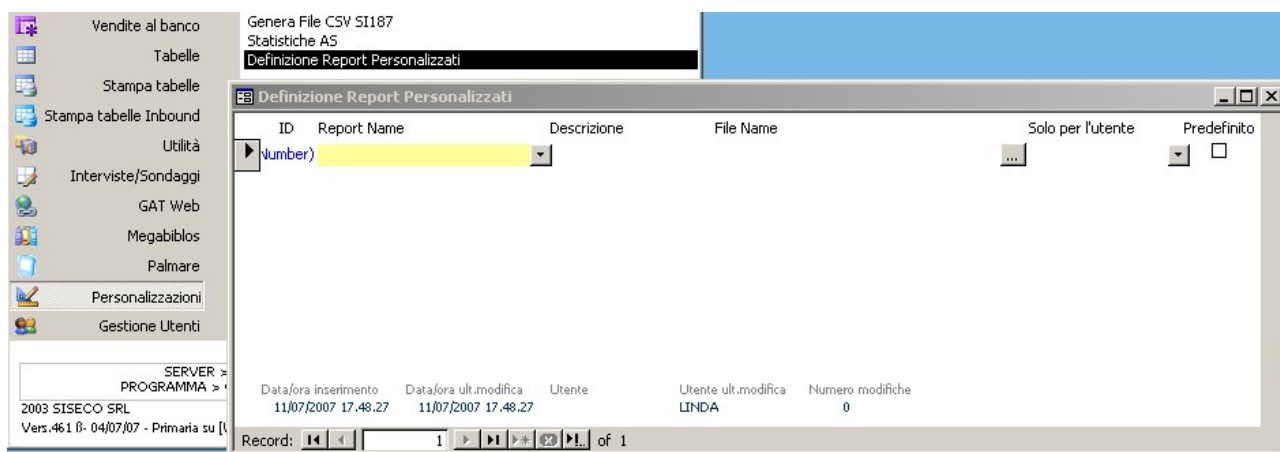
- ✚ Creazione di stampe ad hoc per le diverse esigenze di ogni cliente
- ✚ Modifica veloce del layout di stampa dei vari moduli
- ✚ Possibilità di creare anche modelli diversi dello stesso documento (es. Agenda) e decidere poi quale usare al momento della stampa
- ✚ Creazione di un modello con informazioni anche sempre diverse, personalizzabile per ogni utente
- ✚ Maggior efficacia di comunicazione con i clienti
- ✚ Maggiore risalto ai particolari che ci interessano maggiormente (intestazione più grande, loghi più grandi, date ed orari in colori diversi, nome del consulente subito visibile, inserimento di qualsiasi tipo di dato, ecc)
- ✚ Risparmio di tempo e di carta: stampi solo quello che serve
- ✚ Tempi di implementazioni rapidi e diretti, senza interventi nella parte strutturale del software

Le possibilità sono molteplici!

Come utilizzare la nuova funzione

Installare GAT 461. Entrare in Gestione Utenti, posizionarsi sull'utente ADMIN e premere "TUTTE" per aggiungere tutte le funzioni.

Dopo questa operazione, l'utente avrà a disposizione nel menu "Personalizzazioni" una nuova voce: "Definizione Report Personalizzati", che inizialmente si presenta vuota.



Personalizzare il file modello

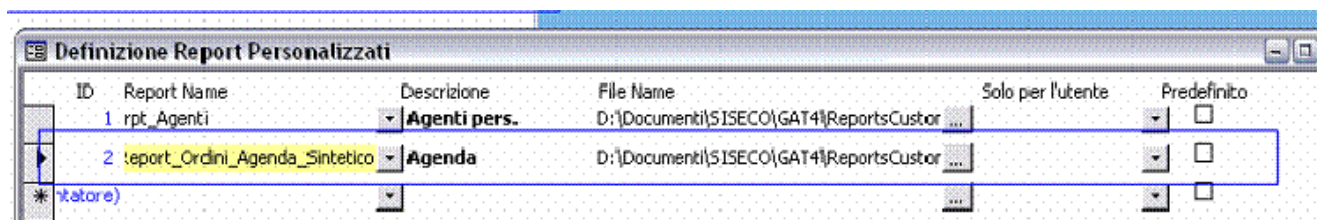
Se si desidera personalizzare un report qualsiasi, si può richiedere a Siseco il modello del report da personalizzare (es. Agenda sintetica, registro ingressi/uscite, ecc), che provvede ad inviarlo al richiedente. Il file modello inviato da Siseco è in formato "ADP".

Può essere modificato direttamente dal cliente, oppure Siseco può provvedere alla sistemazione dei campi secondo le specifiche del cliente.

Come impostare l'associazione col modello

Dopo aver ricevuto il modello, questo va salvato preferibilmente in una cartella del server accessibile da tutti gli utenti, così da poter essere utilizzato da tutti.

Vediamo le impostazioni in GAT:



ID	Report Name	Descrizione	File Name	Solo per l'utente	Predefinito
1	rpt_Agenti	Agenti pers.	D:\Documenti\SISECO\GAT4\ReportsCustor...		<input type="checkbox"/>
2	report_Ordini_Agenda_Sintetico	Agenda	D:\Documenti\SISECO\GAT4\ReportsCustor...		<input type="checkbox"/>

- **REPORT NAME**, scegliere il nome standard del report da utilizzare (es. "Report Ordini Agenda Sintetico" per l'agenda sintetica).
- **DESCRIZIONE**, inserire il nome personalizzato che si desidera dare al report
- **FILE NAME**, indica la cartella dove sono salvati i modelli, col nome del report
- **SOLO PER L'UTENTE** è da compilare in caso si desideri che il report venga usato in esclusiva per un utente. Se si indica un nominativo, tutte le volte che l'utente lancia la stampa di questo report viene usato il modello personalizzato.

PREDEFINITO è da selezionare se si desidera che il report personalizzato sia usato sempre come standard.

Il momento della stampa

Da parte dell'utente, la stampa personalizzata non richiede alcuna nuova impostazione o modifica: basta semplicemente lanciare la stampa come di consueto, ma invece del "solito" modello si ottiene il modello personalizzato.

ESEMPIO

Creazione modello di Distinta

Vediamo i passaggi per collegare un report personalizzato ad un determinato report di stampa.

Come primo passaggio, entriamo in "Definizione Report Personalizzati", inserendo di seguito i dati necessari:



ID	Report Name	Descrizione	File Name	Solo per l'utente	Predefinito
7	Report_Ordini_Distinta	DISTINTA	C:\Documents and Settings\barutli1\Desktop\...		<input type="checkbox"/>

Nel nostro caso, il report da personalizzare è la **distinta**, per cui nella prima colonna viene inserito il nome standard del report, ovvero "Report Ordini Distinta".

Nella seconda colonna si inserisce il nome personalizzato da dare alla stampa, es. "DISTINTA".

Mediante la colonna FILE NAME indichiamo il percorso dove si trova il modello già personalizzato (dal cliente o da Siseco). Il percorso riporta anche il nome del file.

Se la nuova stampa deve essere utilizzata di default da tutti gli utenti, lasciare vuoto il campo "solo per l'utente".

NOTA: posso creare due modelli personalizzati, es. DISTINTA e DISTINTA PER CALL CENTER. In questo caso si potranno usare due o più righe, dove in "descrizione" riporto il nome del modello e nel campo "solo per utente" differenzio gli utenti:

- DISTINTA → personale per l'utente Amministratore
- DISTINTA PER CALL CENTER → personale per il supervisore (nel modello di stampa posso togliere ad esempio alcuni dati)
- DISTINTA PER CALL CENTER → personale per il direttore vendite (come sopra, nel modello posso dare risalto ad altri dati e togliere ad esempio il nome dell'agente)

Dopo aver compilato i dati suddetti ed aver eventualmente personalizzato i report, per stampare la distinta entrare in Ricerca e Stampa Segnalazione Contratti e mettere i filtri desiderati (es. tutti i contratti dal/al, dell'agente X, ecc).

Premere DISTINTA come di consueto, scegliendo la voce di esportazione adatta.

Dopo qualche secondo (ed a seconda dell'utente che sta stampando) comparirà la stampa personalizzata, es.:

SISECO SRL 2-1-07

SISECO SRL - Via Silivestre 40 - 21052 Busto Arsizio VA

DISTINTA RIEPILOGATIVA MENSILE

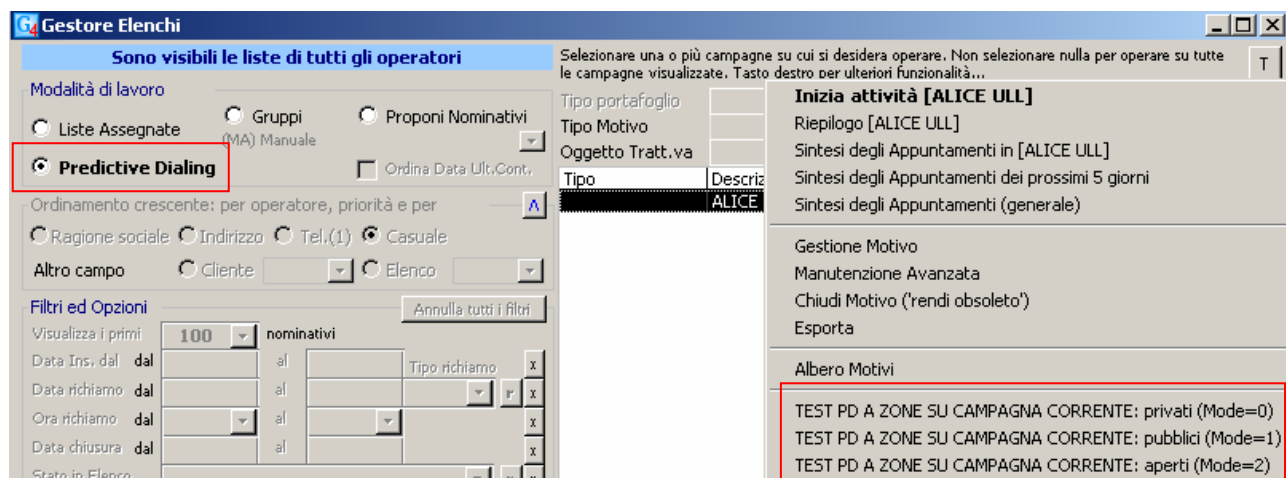
Prot.	Data contratto	Agente	Cliente P.IVA	Cod.Fisc.	Trattativa N°	Data cont.	Portafoglio Note	Gruppo Prodotti	Codice prodotto	Descrizione prodotto	Q.18	N° De r./Linee
1348		AGN00 Messuro Agente	SISECO Srl		T_0001348	11/10/2006	GENERICO G		MOUSE0 TT	MOUSE0 TTICO	1,00	- -
1348		AGN00 Messuro Agente	SISECO Srl		T_0001348	11/10/2006	GENERICO G	generico	PRODD01	CENTRALINO TELEFONICO	1,00	- -
1438		AG001 Ferrari Ferruccio	SISECO Srl		N_0001438	08/01/2007	GENERICO G	generico	PRODD01	CENTRALINO TELEFONICO	1,00	- -

Controllo dell'attività del PD a Zone

In GAT461 è presente una nuova funzione, molto utile per monitorare l'andamento dei nominativi quando si lavora con il Predictive e l'algoritmo adattativo per ZONE (AZ).

La funzione è visibile in Gestore Elenchi, solo per l'amministratore.

Si attiva premendo il tasto destro del mouse sulla campagna PD che si desidera monitorare.



Le scelte possibili sono tre:

- monitorare la situazione delle zone in lavorazione + richiami privati
- monitorare la situazione delle zone in lavorazione + richiami pubblici
- monitorare la situazione delle zone in lavorazione + richiami privati, pubblici ed aperti

Dopo aver selezionato l'opzione desiderata, GAT estrae un file in formato HTML (che può essere inviato all'assistenza), dove è riportato l'andamento della campagna, "spaccato" in quattro viste. Il file estratto scegliendo l'opzione "test aperti (mode=2)" ha un aspetto simile a questo:

GAT - CRM, Contact Center & Telemarketing (SISECO SRL) [461B- 08/08/07]
Client Engine: 9.0 - S.O.: Win XP Professional Service Pack 2 (Build 2600)
Utente corrente: ADMIN - Amministratore 12345aA! - Admin: Vero - Power: Vero
Postazione: \\WELLCOME-A14616\Utente
Database corrente: GAT-DATI
EXEC [PD_GetNumbersToCall_Zone] 0,141,1,1,0

AgentiCoinvolti	CodiceAgente	Cognome	Nome
Agenti Coinvolti	AG3	Neri	Luca
Agenti Coinvolti	AG001	COLOMBO	MIRCO ATTILIO
Agenti Coinvolti	AGN	Nessuno	Agente
Agenti Coinvolti	AGN00	Nessuno	Agente
Agenti Coinvolti	AGRLO	Lorenzetti	Roberto

5 record esportati.

Questa tabella mostra gli agenti coinvolti nella lavorazione per la giornata indicata nel parametro CC001. (praticamente riprende la tabella "Zone degli Agenti")

AppXAgenti	IDAgente

0 record esportati.

Questa tabella mostra gli appuntamenti già presi per la giornata indicata nel parametro CC001

ZoneDaElenchi	Cod_Zona
Zone da Elenchi - nomi A or W	
Zone da Elenchi - nomi A or W	A365
Zone da Elenchi - nomi A or W	A440
Zone da Elenchi - nomi A or W	A950
Zone da Elenchi - nomi A or W	AO
Zone da Elenchi - nomi A or W	B137
Zone da Elenchi - nomi A or W	B178
Zone da Elenchi - nomi A or W	B300

8 record esportati.

Questa tabella mostra le zone "lavorabili" (indicate in Anagrafica / Zone degli Agenti)

Questa tabella mostra i nomi e le zone che GAT sta "passando" per il giorno indicato dal parametro CC0001. Elenca inoltre il limite appuntamenti impostato (in agenda degli agenti) ed il residuo/priorità (vedere CC0066E)

ZoneLibere	GiornoRiferimento	Cod_Zona	IDAgente	LimiteAppuntamenti	Residuo
Zone Libere	12/08/2007	A440	25	1	1
Zone Libere	12/08/2007	B971	25	1	1
Zone Libere	12/08/2007	C003	25	1	1

3 record esportati.

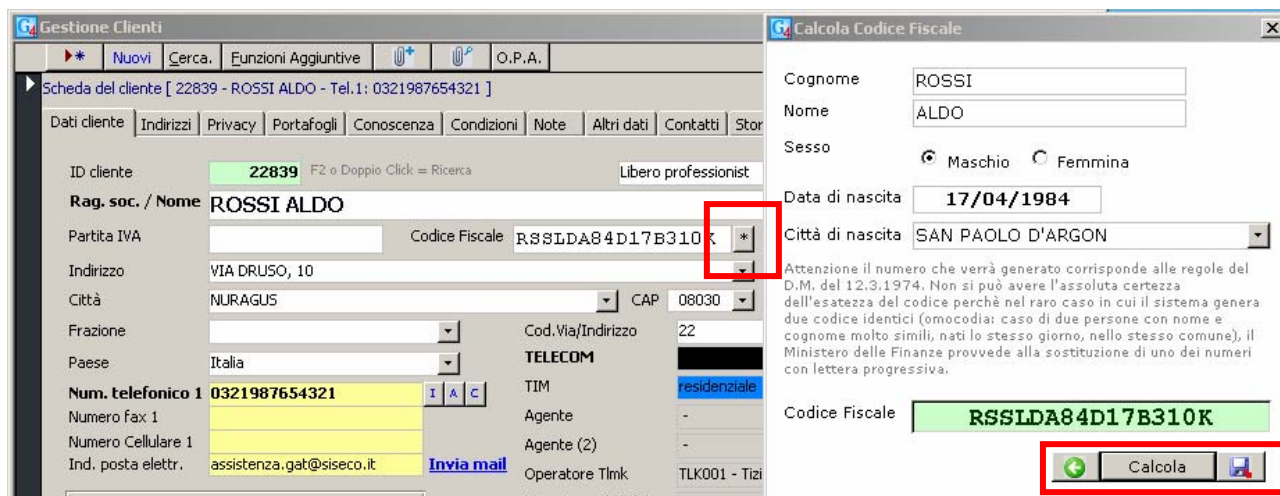
IDELENCO	TEL
29508	68877

Questa tabella mostra i nomi ancora "chiamabili"

1 record esportati.

Novità in ANAGRAFICA CLIENTI

Nella maschera dell'anagrafica del cliente è stato aggiunto un tasto che permette di eseguire automaticamente il calcolo del CODICE FISCALE del cliente.

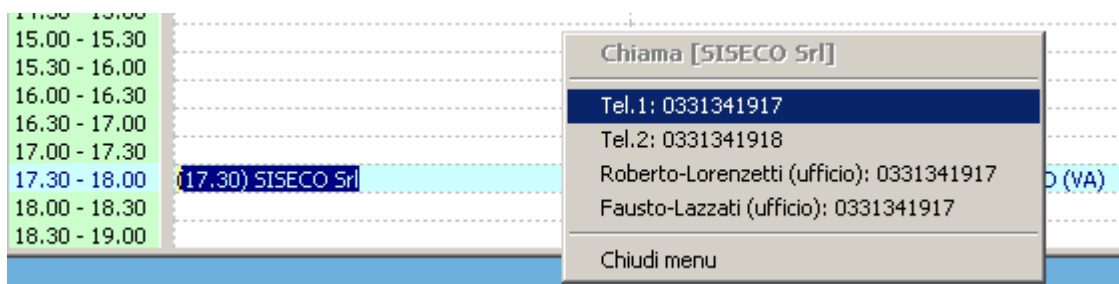


Il tasto si trova a destra della casella del Codice Fiscale, e graficamente è rappresentato da un asterisco. Quando si preme, si apre una maschera come quella indicata a fianco. GAT recupera automaticamente nome e cognome del cliente dalla scheda anagrafica e, se presente, anche la data di nascita. Quando tutti i dati sono inseriti, premendo il tasto CALCOLA viene calcolato il codice fiscale del cliente.

Per inserirlo poi nella maschera dell'anagrafica basta premere il tasto

Novità in Agenda Giornaliera

Nell'agenda giornaliera è stata aggiunta una funzionalità (già presente nell'agenda settimanale) che permette di chiamare direttamente il cliente. Basta eseguire un click destro sull'appuntamento desiderato e selezionare la voce "chiama cliente". Si apre quindi un'altra finestra che mostra tutti i numeri del cliente (contatti inclusi), da dove si può selezionare quello desiderato.



La nuova Tabella Comuni

A dieci anni di distanza dall'ultimo aggiornamento ufficiale, Poste Italiane pubblica 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 a 8.500 Frazioni

- o Il CAP di 79 Comuni cambia
- o 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.

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>

INSTALLAZIONE ED UTILIZZO

La nuova TABELLA COMUNI di GAT, conforme ai requisiti richiesti, può essere richiesta al proprio commerciale di fiducia scrivendo a commerciale@siseco.it

Dopo il contatto commerciale positivo, verrà rilasciata una password personale che servirà per eseguire il setup della Tabella Comuni, scaricabile dalla pagina del Servizio Clienti:

http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/aggiornamenti_cap.htm (2,36 Mb circa)

Il nuovo modulo richiede inoltre un nuovo codice di attivazione.

I passaggi per l'installazione sono i seguenti:

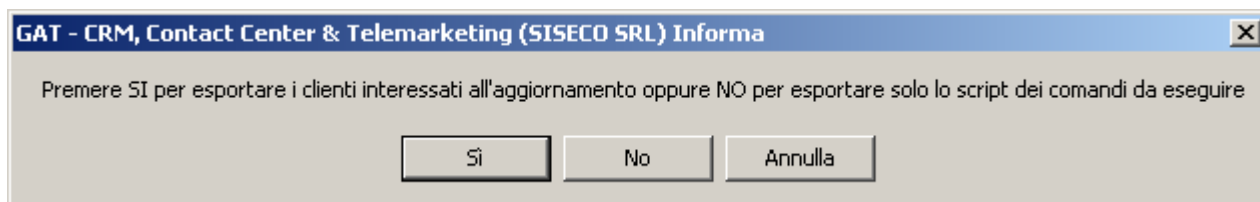
- scaricare l'aggiornamento della Tabella Comuni dal sito sopra indicato
- posizionarsi sul server GAT e lanciare il setup seguendo le istruzioni a video
- posizionarsi sulla postazione primaria e lanciare GAT
- entrare in Tabelle / Comuni e premere il tasto "ARCHIVIO NUOVI CAP"
- selezionare la voce "Ripristina nuova tabella comuni" ed attendere la fine dell'aggiornamento. **Importante: l'operazione non deve essere interrotta.** La durata indicativa dell'aggiornamento varia dai tre ai cinque minuti.
- Una volta terminato l'aggiornamento, premere di nuovo il tasto ARCHIVIO NUOVI CAP ed eseguire tutti gli altri aggiornamenti indicati:

Ripristina nuova tabella comuni	3	6,988157
Inserimento nuovi comuni	3	6,975275
Aggiornamento Province su Clienti	7	6,974519
Aggiornamento CAP su Clienti non multicap	2	6,980706
Aggiornamento CAP su Clienti multicap precisa	7	6,989941
Aggiornamento CAP su Clienti multicap generale	8	6,938291
	7	6,983913
	2	16,15818
Chiudi menu		

- inserimento nuovi comuni
- aggiornamento province su Clienti
- agg.to CAP su clienti non multicap
- agg.to CAP su clienti multicap precisa
- agg.to CAP su clienti multicap generale

Le ultime tre voci (Aggiornamento Multicap) prevedono l'esportazione di uno script da eseguire:

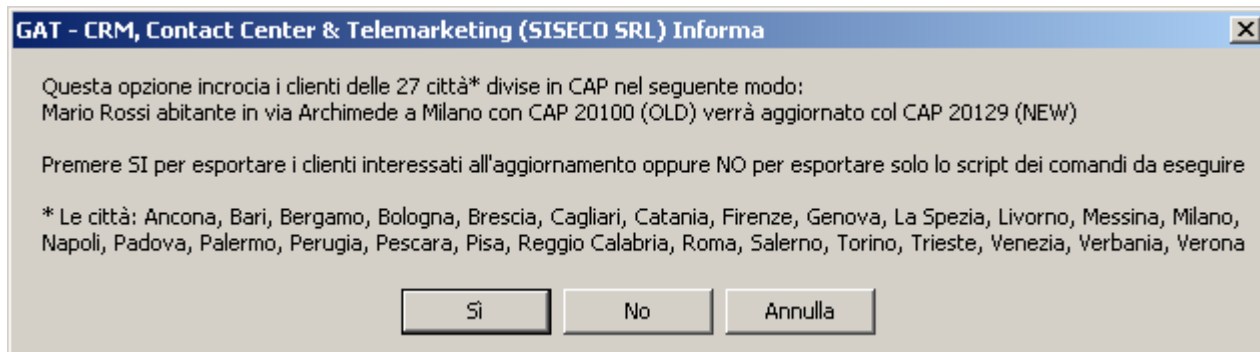
Agg.to CAP su clienti non multicap. Appena premuto, compare questo messaggio:



Premendo SI, GAT esporta la lista dei clienti interessati all'aggiornamento, che può essere tenuta da parte come "copia" prima dell'aggiornamento dati.

Premendo **NO**, viene generato uno script che dovrà poi essere lanciato da **Utilità / Siseco Agg.to Database** (opzione "2 - esegue comando al termine/al comando GO") per l'aggiornamento dei clienti non multicap.

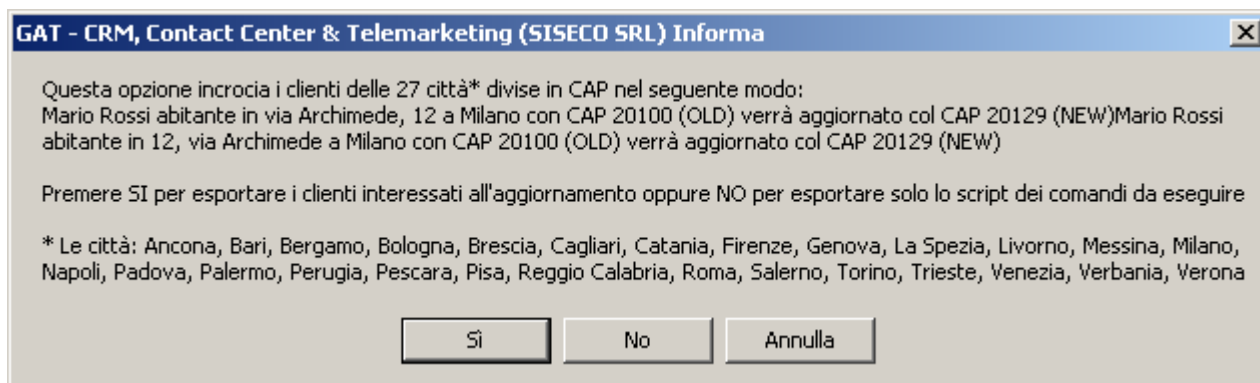
Agg.to CAP su clienti multicap precisa. Appena premuto, compare questo messaggio:



Premendo **SI**, GAT esporta la lista dei clienti interessati all'aggiornamento, che può essere tenuta da parte come "copia" prima dell'aggiornamento dati.

Premendo **NO**, viene generato uno script che dovrà poi essere lanciato da **Utilità / Siseco Agg.to Database** (opzione "2 - esegue comando al termine/al comando GO") per l'aggiornamento "preciso" dei clienti multicap.

Agg.to CAP su clienti multicap generale. Appena premuto, compare questo messaggio:



Premendo **SI**, GAT esporta la lista dei clienti interessati all'aggiornamento, che può essere tenuta da parte come "copia" prima dell'aggiornamento dati.

Premendo **NO**, viene generato uno script che dovrà poi essere lanciato da **Utilità / Siseco Agg.to Database** (opzione "2 - esegue comando al termine/al comando GO") per l'aggiornamento "generale" dei clienti multicap.

GAT.Geo - Georeferenziazione versione Full

E' disponibile il nuovo modulo di Georeferenziazione.

Questo modulo consente 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

Sono disponibili due versioni:

VERSIONE LIGHT	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 Microsoft MapPoint.

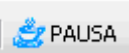


Lo sapevi che con GAT...

Pause e Screen Saver per la gestione PRIVACY!

Dalla versione GAT 461, nelle "Opzioni" dell'utente (Utilità / Opzioni, sulla linguetta "Registro In/Out") sono state inserite due nuove funzioni:

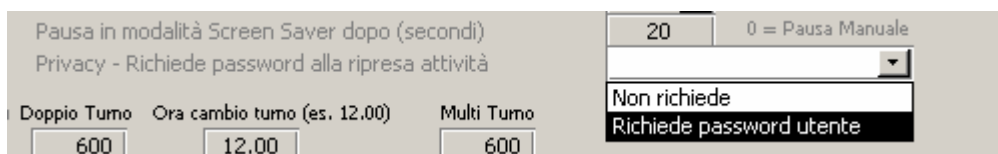
Pausa in modalità Screen Saver dopo (secondi)

- Se il valore impostato è "zero", l'operatore dovrà premere manualmente il tasto  per segnalare la pausa e far partire lo screen saver.
- Se invece viene inserito un valore (es. "10"), GAT va automaticamente in pausa dopo dieci secondi di inattività, senza dover premere alcun tasto.

Privacy: richiede password alla ripresa attività

Le opzioni disponibili sono:

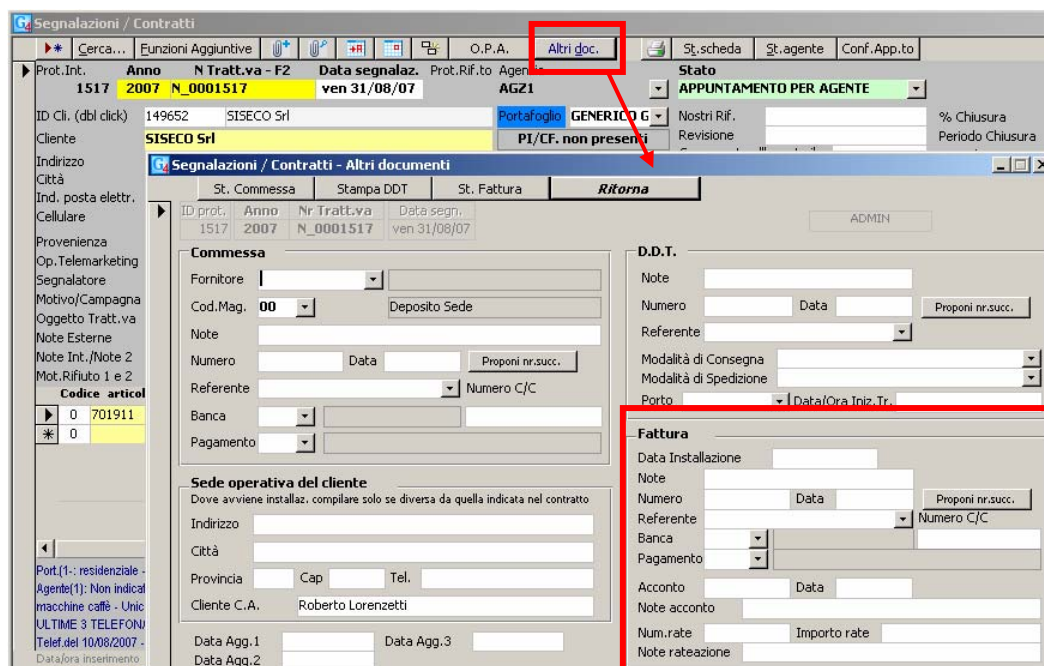
- **non richiede:** quando l'operatore torna dalla pausa, semplicemente riprende l'attività senza dover inserire la password (lo screen saver si chiude).
- **richiede password utente:** quando l'operatore torna dalla pausa deve inserire la propria password per poter riprendere l'attività. Lo screen saver salvaguarda la privacy dell'utente impedendo ad altri di accedere al proprio pc (ed ai propri dati).



Nota: quando si installa GAT è necessario usare il "Setup Agg.to".

Fatturare con GAT

Usando la parte gestionale di GAT è possibile creare e stampare delle fatture relative ad un contratto specifico. Il procedimento è molto semplice: basta posizionarsi su un contratto specifico e premere il tasto ALTRI DOC. Questo fa aprire la maschera di gestione dei dati commerciali:



In questa maschera possiamo gestire diversi documenti, tra cui il DDT e la FATTURA.

Premendo il tasto PROPONI NR. SUCCESSIVO, GAT propone il primo numero disponibile per creare la fattura relativa ai prodotti compresi nel contratto. Se non sono mai state emesse fatture, partirà dal numero 1, successivamente proporrà numeri progressivi.

E' anche possibile inserire la banca ed il tipo di pagamento, che verranno poi riportati sul documento stampato, che - tra l'altro - riporterà anche i dati dell'agenzia (prendendoli dalle Utilità / Opzioni dell'utente che stampa il documento).

La fattura viene creata su un documento standard, è però possibile personalizzare la stampa usando un proprio modello (es. inserendo i propri loghi, ecc).

Una volta creata, come ogni documento in anteprima di GAT può essere stampata in formato cartaceo oppure inviata direttamente via mail al cliente (in formato PDF).

Importazione con diverse tipologie

Quando si importano nuovi clienti, GAT richiede alcuni dati principali, come ad esempio il Telefono, la Ragione Sociale ed il portafoglio. Il portafoglio è un dato che serve per identificare il cliente (es. se è residenziale, business, altro, ecc). I portafogli si trovano nel menu Tabelle / Portafogli e sono potenzialmente infiniti (se ne possono inserire senza limiti).

Nello stesso menu si trovano anche le **tipologie di portafoglio**, che lavorano in modo simile ai portafogli, ma con qualche differenza. Vediamo come.

Le TIPOLOGIE attivabili in GAT sono dieci; di default sono attive le prime due, definite in modo standard come "primo portafoglio" e "secondo portafoglio". Le prime due tipologie compaiono nella maschera anagrafica del cliente (nella parte "generale") nella parte in basso a destra; tutte le tipologie (attive o disattive) si possono vedere invece nel tab "portafogli" sempre nell'anagrafica del cliente. Per facilitare la visualizzazione, è possibile associare un colore diverso ad ogni portafoglio.

The screenshot shows the 'Gestione Clienti' window with the 'Scheda del cliente' for 'SISECO Srl'. The 'Portafogli' tab is active. The client details include ID 149652, Rag. soc. SISECO Srl, and phone number 0331341917. In the bottom right, a table lists portafogli:

Tipologia	Stato
Primo Portafoglio	residenziale
TIM	TIM
Agente	-

La TIPOLOGIA può essere paragonata ad un "raccoltitore" dove vengono inseriti i clienti. Nel "raccoltitore" possiamo ulteriormente ottimizzare la sistemazione dei clienti dividendoli con altri "divisori", che possiamo paragonare ai PORTAFOGLI.

Riassumendo, la TIPOLOGIA può essere rappresentata come un "archivio" generale che contiene i nominativi, che a loro volta sono suddivisi dai PORTAFOGLI. Nella tipologia possiamo indicare ad esempio i committenti di un lavoro, oppure una divisione delle attività, es. se una società gestisce più settori può dividere i clienti a seconda di quello che hanno acquistato, es. clienti Italia / clienti Europa / clienti Asia / clienti Americhe, ecc.

Sotto ogni tipologia possiamo dividere ulteriormente per portafoglio, es. per la tipologia "Clienti Italia", i vari portafogli potrebbero essere le regioni di appartenenza. Per la tipologia "Cliente Europa" potremmo creare diversi portafogli per ogni Stato (es. Svizzera, Austria, Spagna, ecc).

Riassumendo:

- in GAT abbiamo a disposizione dieci tipologie, di cui di solito sono attive la prima e la seconda
- i portafogli sono collegabili alle tipologie e sono potenzialmente infiniti. Si usano per ulteriori divisioni all'interno della tipologia

La maggior parte degli utenti GAT usa la tipologia principale, creando poi tanti portafogli quanti sono necessari. Questo è il metodo più facile e più diffuso, perché basta creare un nuovo portafoglio per ogni nuova attività, raggruppandoli tutti sotto la prima tipologia (che ad esempio si può chiamare CLIENTI). Anche a livello di importazione non ci sono particolari difficoltà, basta solamente indicare il portafoglio di appartenenza per i clienti nuovi.

Usando invece N tipologie diverse, al momento del caricamento di nuovi clienti è necessario porre un po' di attenzione. Sappiamo che per i nuovi clienti GAT richiede obbligatoriamente l'indicazione del portafoglio, che come già detto, corrisponde alla prima tipologia (IDPORTAFOGLIO).

Riprendiamo l'esempio fatto sopra, e poniamo di avere **due tipologie**:

- Clienti Italia, come primo portafoglio
- Clienti Europa, come secondo portafoglio

Come "tabella portafogli", poniamo di avere invece questi valori:

ID	PORTAFOGLIO
1	Non appartiene
2	Lombardia
3	... (altre regioni)
20	Svizzera
21	Austria
...	... (altri stati)

Al caricamento di un cliente italiano è necessario proseguire come già noto, ovvero basta solo indicare il portafoglio di appartenenza. Ad esempio nel file saranno presenti le colonne:

RAGSOC	TEL1	IDPORTAFOGLIO	PROV
Mario Rossi	02333221	2	MI
Gianni Verdi	0331998877	2	VA

Il valore di esempio "2" va preso dalla Tabella / Portafogli dalla colonna IDPORTAFOGLIO, in corrispondenza della regione di appartenenza.

Nel caso di inserimento di un nuovo cliente europeo, la tabella cambierebbe in questo modo:

RAGSOC	TEL1	IDPORTAFOGLIO	IDPORTAFOGLIO2
Schweiz GmbH	0041123456	1	20
Ober	0043999881	1	21

Da notare nel file la presenza di due portafogli:

IDPORTAFOGLIO: come sappiamo, è sempre obbligatorio per i nominativi nuovi. Per GAT questo dato corrisponde al "Cliente Italia", ma i nostri clienti sono di un altro stato! In questi casi è necessario creare il portafoglio fittizio denominato "non appartiene" (ovvero "non appartiene ai clienti italia"). Quindi il campo va riempito con il numero "1" che indica appunto quel portafoglio ("non appartiene").

IDPORTAFOGLIO2: innanzitutto la dicitura "2" nell'intestazione indica la tipologia di portafoglio (nel nostro caso la seconda, ovvero "Clienti Europa"). I valori indicati (20 e 21) si riferiscono ai rispettivi Stati europei indicati nella tabella portafogli, a seconda della provenienza del cliente.

Quando si importa un file in questo modo quindi, il cliente europeo viene inserito in anagrafica come "non appartenente" ai clienti Italia, ma come appartenente alla propria tipologia.

Nota: per questo tipo di importazioni è bene controllare che la struttura di trasposizione sia impostata correttamente.


Valori storici / Cronologie dei campi

Tra i tanti strumenti messi a disposizione da GAT esiste uno strumento molto interessante, ovvero la possibilità di tracciare i campi del DB che eventualmente si desidera tenere "sotto controllo". Alcuni campi sono tracciati automaticamente da GAT (come ad esempio lo stato contratto, il campo portafoglio in anagrafica, ecc.), su altri campi è invece possibile attivare la tracciabilità.

GAT registra in un menu specifico le modifiche dei campi già tracciati di default, che possono essere lette nel menu **Utilità / Valori Storici**, dove sono riportati la data di modifica, l'utente, il vecchio valore e quello nuovo. Il registro si presenta simile al seguente:

Tabella	Campo	ID Record	Valore Old	Valore New	IDUtente	Data / Ora Evento	Nota
Clienti	IDAgente	22786		AG001	ADMIN	30/10/2003 14.26.49	Cambiato Agente cliente 22786 = MARTIN LUCIA
Clienti	IDAgente	44685		AG007	ADMIN	30/10/2003 14.31.08	Cambiato Agente cliente 44685 = ABBRESCIA CRESCENZA
Clienti	IDAgente	22781		AG001	ADMIN	03/11/2003 17.55.09	Cambiato Agente cliente 22781 = NAKAJIMA NORIKO
Clienti	IDAgente2	22781		AG002	ADMIN	03/11/2003 17.55.11	Cambiato Agente2 cliente 22781 = NAKAJIMA NORIKO
Clienti	IDAgente	47619		AG001	ADMIN	03/11/2003 17.56.07	Cambiato Agente cliente 47619 = A.M.A.I.E. SPA
Clienti	IDAgente	47205		AG003	ADMIN	03/11/2003 17.56.20	Cambiato Agente cliente 47205 = BACUZZI ANTONIO
Clienti	IDAgente	47206		AG006	ADMIN	03/11/2003 17.56.27	Cambiato Agente cliente 47206 = FACOETTI MARIA
Clienti	IDAgente2	22781	AG002	AG003	ADMIN	13/11/2003 16.23.21	Cambiato Agente2 cliente 22781 = NAKAJIMA NORIKO
Ordini	Stato	21	OK	NO	ADMIN	13/11/2003 16.40.13	Cambiato stato Tratt. 2003.T_0000021
Ordini	Stato	66	APERTA	OK	ADMIN	13/11/2003 16.42.22	Cambiato stato Tratt. 2003.T_0000066
Clienti	IDPortafoglio	22781	GENERICO	residenziale	ADMIN	13/11/2003 17.43.10	Cambiato portafoglio cliente 22781 = NAKAJIMA NORIKO
Clienti	IDPortafoglio	22781	GENERICO	residenziale1	ADMIN	13/11/2003 17.43.17	Cambiato portafoglio cliente 22781 = NAKAJIMA NORIKO
Clienti	IDAgente	48789		AG001	ADMIN	25/11/2003 11.48.31	Cambiato Agente cliente 48789 = SISECO SRL
Clienti	IDAgente2	48789		AG002	ADMIN	25/11/2003 11.48.33	Cambiato Agente2 cliente 48789 = SISECO SRL

Per i campi già tracciati di default, per vedere i valori storici si può procedere in due modi:

- utilizzare il registro suddetto
- premere il tasto F6 (oppure il tasto  che si trova sulla barra comandi, oppure la combinazione CTRL + F11) sul campo desiderato. Questo mostra le modifiche relative solo a quel campo, es.:

Segnalazioni / Contratti							
Prot.Int.	Anno	N Tratt.va - F2	Data segnalaz.	Prot.Rif.to	Agenzia	Stato	
1522	2007	T_0001522	ven 07/09/07	AGZ1		IN ATTESA CONFERMA	
ID Cli. (dbl click)	33600	AGLIETTI ROBERTA			NON APPAR		
Valori Storici							
Tabella	Campo	ID Record	Valore Old	Valore New	IDUtente	Data / Ora Evento	Nota
Ordini	Stato	1522	APPUNTAMENTO PE	IN ATTESA CONFERM	LINDA	10/09/2007 10.17.44	Cambiato stato Tratt. 2007.T_0001522
Ordini	Stato	1522	11	16	LINDA	10/09/2007 10.17.46	

Se si desidera è anche possibile "tracciare" un campo qualsiasi.

La tracciabilità deve essere attivata a cura dell'amministratore mediante la funzione chiamata "Auditing Manager" che si trova nel menu Utilità.

La maschera presenta tutte le tabelle e tutti i campi di GAT. Una volta scelto quello da tracciare, basta eseguire un doppio click; a lato del campo comparirà una data che rappresenta il momento in cui questo campo comincerà ad essere "seguito".

Cat3	Cod_Cab	10	
Cat4	Cod_Zona	5	10/09/07 10.27
Causali	CodFisc	16	
CITTA2007	Codice	15	
CLIENTI	CodiceIndirizzo	20	
Clienti_Indirizzi	Consenso_Informativo	1	
Clienti_MotiviInBound	Data_Rilascio_Documento	4	
Clienti_Punti	Data_Scadenza_Documento	4	
Codici_Iva	DataOraIns	8	
ComandiSql	DataOraMod	8	
Commissi	Datarif	8	

Utilizzare funzionalità presenti nel menu contestuale (tasto destro del mouse)

Servizi, Formazione e Gadgets

Tele Formazione e Corsi di Aggiornamento Gratis

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

* * * *

**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.

A BREVE IL CALENDARIO DEI PROSSIMI APPUNTAMENTI 2007/2008 CON TANTISSIME NOVITA' !

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

A tutti i partecipanti sarà consegnato un fantastico "GAT KIT".

Sede

- Sala Riunioni SISECO - Busto Arsizio (VA) - Via Silvestre 40
- Come trovarci: http://www.siseco.com/cont/dove_siamo.htm

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.

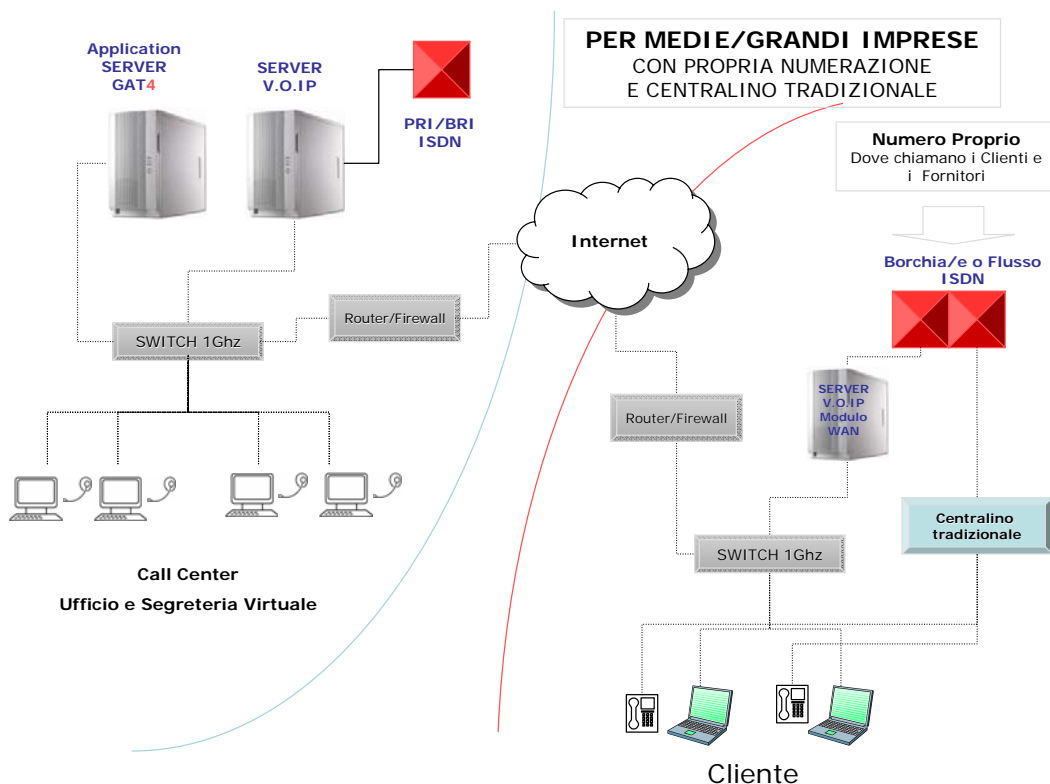
MODALITA' MISTA

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
- cappellini (rosa od azzurro)
- calendari mensili da muro
- calendari annuali da tasca e da tavolo
- magliette
- zainetti
- planning (in due formati)
- antistress
- cordino



(disponibili anche in rosa od azzurro)



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

Calendario 2008 !

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...

A Settembre 2008 partirà la lavorazione del nuovo Calendario 2008
ancora più ricco di sorprese e novità!

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/>

Nuovo Modulo - TT & Post-Sales (Assistenza)

Il modulo è stato ideato appositamente per la gestione semplice, rapida e funzionale dell'attività di assistenza POST VENDITA. Consente di gestire preventivi, interventi di assistenza tecnica e commerciale, il listino prodotti e servizi, i clienti, le telefonate, le commesse, i contratti, le statistiche riepilogate ed analitiche.

Si rivolge in modo particolare a:

- Società di servizi che prestano assistenza diretta e indiretta, on site e on center ai propri clienti, sia con contratto che senza contratto (mediante rapportini)
- Società di assistenza tecnica, sistemistica e software
- Negozi di informatica
- Installatori e Manutentori di sistemi in genere

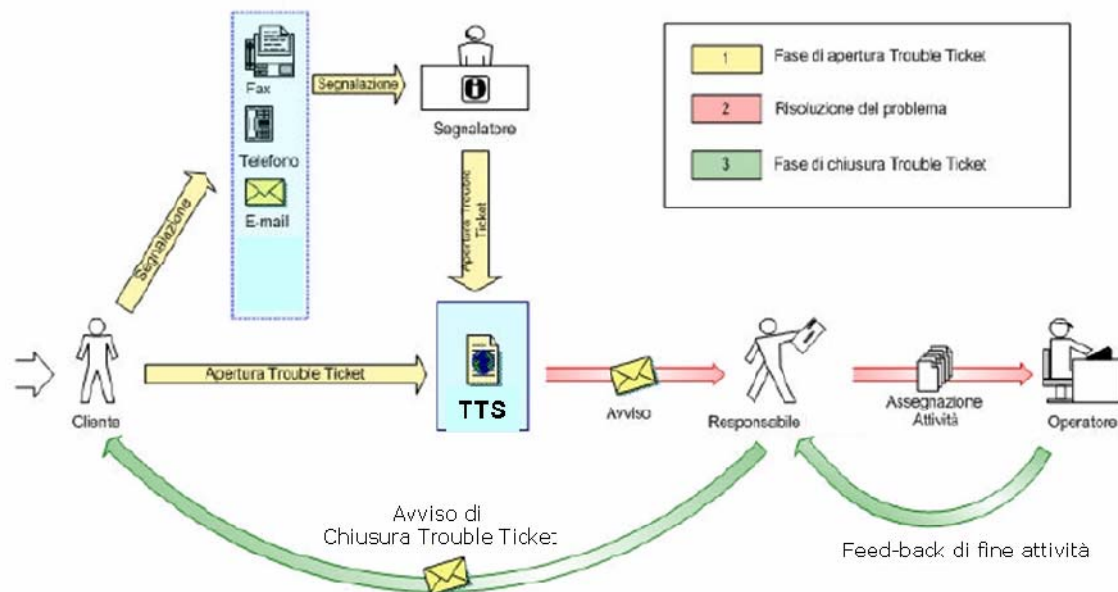
FUNZIONALITA'

- Gestione TT
- Gestione Contratti Post-Vendita di ogni tipologia
- Gestione Rinnovi
- Gestione Interventi e relative condizioni di intervento (Modalità, Dove, Tipologia, ...)
- Gestione FAQ e KB

Come modulo opzionale è previsto anche una versione WEB BASED

- GAT WEB Desk

Consente di fornire risposte complete in tempo reale. GAT WEB DESK è il sistema più completo e ideale per gestire tutte le attività di Help Desk, Trouble Ticketing e Knowledge Management attraverso Internet direttamente tra i clienti e il team di assistenza.

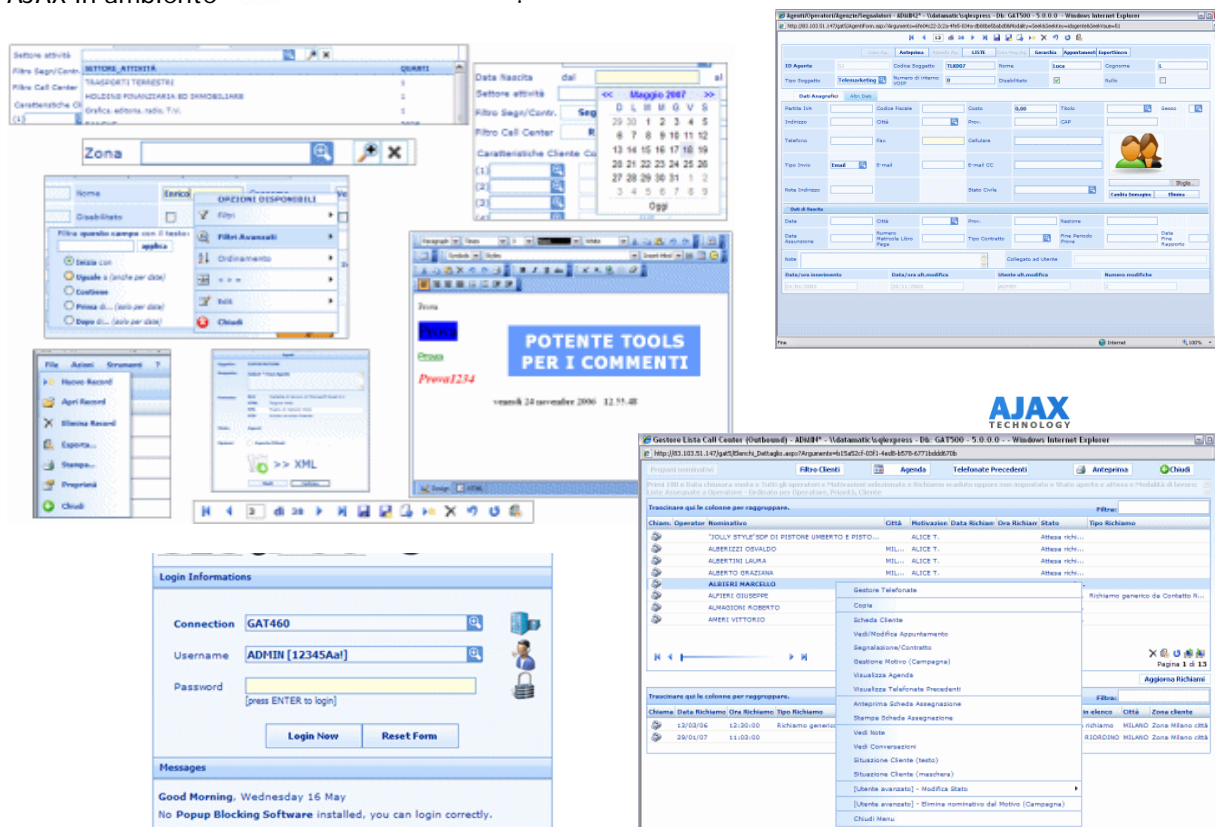


Nuovo Prodotto - Sarà un nuovo mondo !

E' in corso di sviluppo da circa due anni la realizzazione della nuova piattaforma, che raccoglie 15 anni di esperienza sulle piattaforme di Contact Center e CRM. Sarà completamente WEB BASED,

Il nuovo prodotto, il cui nome sarà svelato prossimamente, è realizzato con tecnologie WEB 2.0 e

AJAX in ambiente  **Visual Studio 2005**



Caratteristiche generali

- Web-Based
- Interfaccia operatori guidata da Workflow
- Multilingua
- Architettura Multi-Layer
- Client Cross-Platform (Internet Explorer e Firefox)



SDK

All'interno della nuova piattaforma sarà disponibile anche un nuovo sistema di sviluppo e personalizzazione.



I contenuti dell' SDK

Tutti i controlli di GAT (combo bounded, griglie, toolbar, menu, context-menu, loading progress, ...)

- Strumenti per la gestione Multi-Lingua
- Strumenti per esportazione e manipolazione dati
- Componente per la gestione degli Add-Ins sviluppati da terze parti
- GAT Widgets
- Servizi web inclusi in GAT