

**GAT.crm**[®]
IP Contact Center 5
NEWS

GAT NEWS - Periodico Informativo

Dicembre '07 / Gennaio '08

Numero XXXVIII



22 Dicembre 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 Dicembre 2007 / Gennaio 2008

PRESENTAZIONE	3
Un ricordo speciale	4
Novità dal mondo CRM & Contact Center	4
WORK FORCE MANAGEMENT	4
QUALITÀ DEL SERVIZIO E FIDUCIA DEL CLIENTE	5
CONOSCERE IL CLIENTE	6
SISECO informa	9
I NUMERI DEL 2007 DELL' ASSISTENZA.....	9
GAT.CRM IN LINEA CON LA PRIVACY * IMPORTANTE!*	10
COMPATIBILITÀ CON WINDOWS VISTA ED OFFICE 2007	11
SISECO DIVENTA ISV MICROSOFT	12
LA SCALABILITÀ DI GAT AUMENTA - STRESS TEST SUPERATI !	13
Seminari ed Incontri (in collaborazione con Club CMMC)	14
DIECI ANNI DI CLUB CMMC	14
GIORNATA NAZIONALE DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE 2007	14
Novità GAT - anteprime 462!	15
NUOVO MODULO - TT & POST-SALES (ASSISTENZA).....	16
VERIFICA NOMINATIVI PER ALGORITMO ADATTATIVO	17
RICERCA MULTIPLA AGENTI IN AGENDA SETTIMANALE.....	17
INDICAZIONE DEL CRITERIO DI INSERIMENTO CLIENTI (LOG E CAMPAGNE)	18
NUOVE FUNZIONI CON IL MODULO DEDUPLICA	19
Lo sapevi che con GAT	22
COSE IMPORTANTI DA RICORDARE PRIMA DELLA PAUSA NATALIZIA	22
NUOVA GESTIONE DEI RICHIAMI COL CC0075	23
IMPORTAZIONE INDIRIZZI AGGIUNTIVI	24
CREAZIONE ZONA ED AZZONAMENTO.....	26
PERSONALIZZARE L'AGENDA SETTIMANALE.....	28
Servizi, Formazione e Gadgets	29
CORSI DI AGGIORNAMENTO GRATUITI, CORSI DI BASE E TELEFORMAZIONE	29
VOICECOM NEWS, IN USCITA IL NUMERO 4/2007.....	30
GATVOIP NEWS - È USCITO IL 1° NUMERO!.....	31
I CASI DI SUCCESSO CON GAT.CRM	32
GADGETS GAT.CRM E KIT DI NATALE HAPPY GAT	32
QUALI SERVIZI PUOI EROGARE CON GAT: "SEGRETERIA VIRTUALE"	33
Sviluppi in corso	35
NUOVO PRODOTTO - SARÀ UN NUOVO MONDO !	35



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 

Questo mese, come ogni fine anno, il numero di GATNEWS sarà doppio. Tornerà sempre puntuale a Gennaio con altre novità e tantissime informazioni.

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/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>

Case History: http://www.siseco.com/pro/gat/gat_success_story.htm

Vi diamo appuntamento col prossimo numero di GATNEWS e nel frattempo ...

buona lettura!

*SISECO VI AUGURA UN FELICE NATALE
ED UNO SPLENDIDO ANNO NUOVO!*



CALENDARIO ASSISTENZA NEL PERIODO FESTIVO

L'assistenza SISECO sarà regolarmente operativa durante tutto il periodo festivo.

Verrà erogata per mail (assistenza.gat@siseco.it) solo nei giorni 25 e 26 Dicembre / 1 e 6 Gennaio



Un ricordo speciale...

Ricordiamo con affetto l'amico e collega *Ciro Ambrosino*.

Un abbraccio alla famiglia ed ai colleghi da tutta Siseco.

Novità dal mondo CRM & Contact Center

Work Force Management

L'analisi dei software di gestione classifica l'offerta in base alle esigenze dei Call Center come nel seguito viene indicato:

- **primo livello di esigenza.** Poter determinare, in funzione dei parametri di carico di punta le risorse necessarie, in termini di agenti, preparazione degli stessi, le linee telefoniche. Inoltre poter stimare i costi ed il break-even, imponendo alcuni parametri di servizio. Tale esigenza può essere rilevata sia nel caso di nuove installazioni di Call Center che di evoluzioni apportate a sistemi preesistenti. In tal caso i sistemi di WorkForce Management possono essere di tipo off-line.
- **secondo livello di esigenza.** Sono richieste analisi incrociate dei dati di traffico per determinare quale sarebbe la distribuzione ottimale degli agenti come turnistica e tra diversi servizi ed in modo di bilanciare le attività di front e back office. In tale situazione si analizzano i dati di traffico rilevati sull'Acid sia come serie storiche che in tempo reale per poter determinare le previsioni. In questa situazione il sistema di WFM deve essere di tipo on-line e deve consentire di schedulare automaticamente il personale, sulla base delle esigenze determinate, tenendo conto delle priorità.
- **terzo livello di esigenza.** Resta il problema di poter prevedere il tipo di contenuto della chiamata dell'utente, ovvero il profilo comportamentale del cliente e, di conseguenza, di schedulare il personale considerando esplicitamente le specifiche skills richieste. In questa situazione sarebbero necessari sistemi di WFM collegati a livello del CTI o dell'applicazione di customer care per giungere ad una ottimizzazione dinamica in tempo reale.

Il primo, fondamentale, problema che va affrontato è la determinazione dello staff richiesto per poter rispettare i livelli di servizio richiesti, a fronte del volume e del tipo di chiamate. Questo può avvenire sulla base di previsioni sul volume di chiamate ricavate da dati storici oppure da stime e scenari impostati dall'utente.

La determinazione dello staff richiesto (ed eventualmente anche di altre risorse come il numero delle linee) viene effettuata con strumenti diversi:

- la previsione statistica, sulla base dei dati storici raccolti da ACD
- le equazioni ErlangC
- algoritmi proprietari che vantano maggior accuratezza
- la simulazione: un approccio molto flessibile e sicuramente più accurato, ma che richiede un maggior sforzo di personalizzazione del software per essere adattato alle specifiche realtà locali. Questa soluzione consente, ad esempio, di tener conto del bilanciamento con le attività di back-office e dei diversi percorsi che una chiamata può seguire a seconda del suo contenuto.

Questi strumenti possono essere usati in modo iterativo per verificare e correggere la schedulazione del personale. Ad affiancare la previsione alcuni pacchetti aggiungono le **possibilità di correggere i dati storici**, di individuare eventi speciali nel passato e nel futuro, caratterizzandoli anche con un appropriato valore di correlazione con altre variabili esterne.

Un altro elemento per distinguere i vari pacchetti di previsione è l'**intervallo di tempo utilizzato nell'elaborazione dei dati**, che influisce direttamente sulla qualità dei risultati tanto più le dimensioni del Call Center sono elevate: il passo di elaborazione che si riscontra più frequentemente è di trenta minuti, anche se non mancano software che vantano passi inferiori (15 minuti o meno).

La possibilità di attuare velocemente analisi **what-if** consente di bilanciare l'utilizzo delle risorse con i livelli di servizio desiderati.

Una volta determinato lo staff richiesto, il passo successivo è quello di elaborare una **schedulazione effettiva del personale**, tenendo conto delle esigenze degli agenti, dei loro profili / skill, delle attività off-line (pause, formazione...) e di eventuali priorità/regole di assegnazione. Le funzioni di schedulazione automatica consentono di arrivare, in breve tempo, ad una soluzione efficiente tenendo conto di più tipi di vincoli e priorità. La possibilità di modificare la schedulazione (anche attraverso modelli shift-pattern prestabiliti) e di fare analisi **what-if** conferisce una buona flessibilità alla maggior parte di questi strumenti. Da segnalare la possibilità offerta da alcuni pacchetti di **inserire variabili di tipo economico, arrivando quindi a formulare schedulazioni a costo minimo**.

I pacchetti più evoluti si distinguono per il fatto di considerare le diverse capacità degli agenti in tutte le fasi su citate: le funzionalità di Skill Based Forecasting e Skill Based Scheduling aggiungono una dimensione di elaborazione in più e permettono di perfezionare ulteriormente i risultati e le performance del sistema.

La sofisticazione dei metodi di previsione e degli algoritmi di scheduling, insieme con il numero di parametri rappresentativi dei fenomeni, influiscono direttamente sull'**hardware necessario**: alcuni pacchetti, infatti, lavorano su semplici PC Workstation con sistema operativo Windows, mentre altri richiedono server Unix molto più potenti.

Le considerazioni che a livello **economico-gestionale** possono essere adottate per giustificare l'investimento e l'impiego di questi nuovi applicativi sono in sintesi le seguenti:

- riduzione del costo lavoro diretto da 5% al 20%,
- aumento livello di servizio,
- aumento morale e performance.

Fonte: Club CMMC

Qualità del servizio e fiducia del cliente

Gli indici economici - dalla creazione del PIL agli investimenti delle aziende - hanno fatto registrare i valori più bassi degli ultimi anni. Manca fiducia sul mercato, le famiglie non consumano e le aziende non investono. Non si vuole richiamare lo spettro della stagnazione, ma certo questa è crescita zero. Poiché in questi frangenti i profitti delle aziende sono particolarmente sotto pressione, ecco che si sono ripetuti i tagli già visti in altre occasioni, sulla pubblicità, sul marketing e sull'addestramento e, quasi sempre, anche sul Customer Service.

Quali gli effetti sulla relazione con il mercato?

Quando si taglia sulle risorse umane - in termini di addestramento, motivazione e fidelizzazione - gli effetti sul Customer Service risultano subito evidenti al mercato. Inoltre bisogna sottolineare che in una fase di successiva ripresa economica non si potrebbero riscontrare effetti immediati su questo versante. Bisogna perciò garantire la massima continuità di investimento negli skill dei collaboratori. Tra l'altro, la caduta del livello di servizio si nota di più proprio nel caso in cui si tratti di un'attività ad alto contenuto professionale. Ove i clienti sono di tipo aziendale e richiedono un servizio specialistico, la struttura che è posta al loro servizio deve essere sempre molto preparata sullo specifico. Un servizio ai clienti molto povero costringe i clienti a cercare altri canali di informazione, a volte internet e sempre di più il passa parola, che, come si sa, amplifica soprattutto le aree di sofferenza. Perciò la notizia di un peggioramento del Customer Service sarà presto ed efficacemente diffusa da quest'ultimo canale.

Come porre rimedio?

Occorre investire per rendere più produttivo il personale del call center.

Ma non basta. In una fase di mercato in cui gli scandali finanziari di alcuni grandi gruppi americani hanno intaccato la fiducia dei clienti, resta arduo recuperare proprio questo aspetto sul versante del customer care.

Bisogna riconquistare la fiducia dei mercati.

Le aziende sanno che occorre una strategia di marketing tendente a recuperare la fiducia dei clienti e che un'area prioritaria di investimento non può essere solo una campagna pubblicitaria con slogan "trus us", ma che, invece, occorre investire nel Customer Service e nei call e contact center.

Ovvero, anziché inviare in modo massiccio messaggi ad un pubblico indistinto, è meglio puntare su target specifici di clienti, curandone il loro livello di soddisfazione e cercando di rafforzare il grado di fidelizzazione.

Per garantire il successo di questa strategia è consigliabile seguire queste **linee guida**.

- Bisogna che le aziende curino le **informazioni e la trasparenza**; ad esempio un cliente deve poter conoscere la situazione del suo ordine e deve **sentirsi supportato** su ogni aspetto del servizio post-vendita. La trasparenza non è opzionale, soprattutto per quei clienti (finali e non) che decideranno di divulgare il basso livello di servizio ottenuto. Che poi l'azienda lo ammetta oppure no, l'informazione è già diffusa sul mercato.
- E' necessario **porsi dal lato del cliente**. Ovvero, se l'azienda non può fornire il prodotto o il servizio giusto per soddisfare le esigenze del cliente, il suo Customer Service deve comunque essere in grado di dare indicazioni utili. Cercare di far vendere comunque, incentivando la rete commerciale, può causare danni consistenti a medio-lungo termine; un push-based marketing va equilibrato con un trust-based marketing.
- Occorre **supportare i clienti ad aiutare se stessi**; poiché molti non gradiscono troppo essere indirizzati, ma cercano solo di avere una informazione specifica per risolvere un problema. In questo caso internet può essere un canale efficace e non invadente; ed è altrettanto utile per cercare di raccogliere e considerare i feedback provenienti dai clienti con particolare attenzione ai dettagli.
- La **conquista ed il mantenimento della fiducia dei clienti** deve permeare l'intera azienda ed è un tema che va inserito sempre al primo posto tra le responsabilità delle direzioni che hanno il contatto con il mercato - ovvero marketing, vendite e pubblicità - senza scordare le strutture di call e contact center.
- L'impresa socialmente responsabile deve **investire nel rapporto con i clienti**, ovvero offrire servizi in grado di soddisfare i bisogni e le aspettative di clienti, cittadini, collaboratori e azionisti in termini di qualità, sicurezza e affidabilità. La strategia di fiducia è parte sostanziale di questo investimento.

I clienti sono pronti a pagare di più per i prodotti ed i servizi in cui credono.

Questo è quanto ha dimostrato una ricerca. Anche in Italia sul versante della domanda siamo ormai passati dalla fase di esperienze realizzate da innovatori a quelle perpetrare da clienti abituali.

Vi è maggiore consapevolezza del ruolo di clienti e cittadini e si consolidano nuovi stili di comunicazione. Oggi i clienti sono (o possono essere) molto informati, ma spesso sono anche molto occupati. Se le aziende mostrano che possono fidarsi, essi inizieranno a farlo e saranno disposti a riconoscere un maggior prezzo al venditore.

In un mercato ad elevata competizione non bisogna credere che non esistano margini per investire nel Customer Service; anzi, le aziende che si propongono di far crescere la propria reputazione e la fiducia sul mercato **possono anche contare su margini più consistenti**. Poiché nel Customer Service ci sono aree di miglioramento, si può pensare che anche i profitti delle aziende possano aumentare.

Fonte: Club CMMC

Conoscere il cliente

L'obiettivo di tutte le aziende dovrebbe essere quello di sfruttare il potenziale delle informazioni, accrescendone qualità e correttezza, per renderle disponibili a utenti, processi e applicazioni. In poche parole, avere un valido CRM.

Il modo di fare business è in costante evoluzione, la complessità aumenta, la mole di dati è in forte crescita ed i tempi di reazione tendono sempre più verso il real time. Molte aziende dispongono di infrastrutture tecnologiche inadeguate, spesso prive di software idonei per la gestione delle informazioni. I dati e le informazioni sono già largamente presenti in azienda: ciò che manca è la consapevolezza della loro esistenza. I formati sono estremamente disomogenei: strutturati, testuali nei campi liberi. Una complessità di cui occorre venire a capo, risolvendo problematiche sia di business sia tecnologiche. Le prime riguardano politiche aziendali interne, "silos" organizzativi,

acquisizioni e fusioni. Gli aspetti tecnologici riguardano la qualità dei dati, le architetture e le infrastrutture, vittime per lo più di sistemi IT e piattaforme di elaborazione eterogenee, frammentazione dei dati e assenza di un'integrazione fra i sistemi operazionali, transazionali e analitici. Nel corso degli anni l'approccio alla gestione delle informazioni per silos ha comportato: costi elevati di gestione, complesse fasi di integrazione, ritardi nei rilasci, rischi di fallimento progettuali, duplicazione di sforzi, dati e processi.

Risultato? Costi aggiuntivi e perdita della competitività.

Recenti indagini riportano che circa il 30% delle informazioni risiedono in file excel: migliaia di fogli elettronici utilizzati ogni giorno costituiscono un rischio per le organizzazioni.

Le aziende iniziano a comprendere che l'integrazione dei dati e dei metadati, dei processi e l'impiego di strumenti avanzati per reporting, forecasting e modelli per la gestione del rischio, non sono più da considerare un "nice to have" bensì un "imperativo strategico" per migliorare l'efficienza e flessibilità aziendale. I vantaggi che si ottengono sono notevoli: riduzione dei rischi progettuali, aderenza agli standard normativi e aumento della competitività sul mercato.

Occorre affrontare il problema in modo sistematico per sviluppare infrastrutture snelle per tutta la filiera di gestione dell'informazione: accesso ai dati, profilazione, bonifica e validazione, processi di trasformazione, analisi e forecasting. L'Information Management risponde concretamente a queste esigenze, aiutando la gestione del ciclo di vita delle informazioni (strutturate e non) attraverso tecnologie, modelli dati, servizi e processi che promuovono la collaborazione fra persone per produrre e distribuire informazioni di valore in azienda.

La qualità dei dati

La qualità dei dati è l'aspetto più critico: il fine è rendere ovunque i dati qualitativamente validi.

I portali web e le transazioni in tempo reale con entità esterne - attraverso ad esempio gli standard di scambio informativo EDI (Electronic Data Interchange) - rischiano ogni giorno di compromettere la qualità dei dati. Affinché ciò non avvenga, bisogna realizzare quello che viene definito "data quality firewall". Analogamente ai firewall delle reti - che hanno il preciso scopo di tenere lontani hacker informatici, virus e altri "indesiderati" - il **data quality firewall** viene realizzato allo scopo di assicurare il corretto funzionamento delle applicazioni grazie a dati validi e consistenti. La qualità dei dati deve essere garantita sfruttando le medesime regole sia in modo reattivo, "lavorando" i dati presenti nei differenti sistemi, sia proattivamente, processandoli e validandoli in tempo reale.

Nel primo caso i dati devono poter essere analizzati e verificati in modalità automatica tramite ambiente grafico di **reporting** che ne documenti accuratamente le strutture ed i contenuti: una "vista di sintesi" per evidenziare eventuali difetti o relazioni e generare regole di riconversione (ricondurre la parola SPA in S.p.A., oppure aggiornare il CAP con i nuovi previsti dalle Poste Italiane). Supposto che i dati siano stati validati, occorre bonificare quelli che arrivano dall'esterno o prodotti internamente. Standardizzare le informazioni durante la fase di fruizione non è sufficiente: esistono troppi sistemi da cui possono fluire i dati. Ecco quindi l'importanza del "data quality proattivo" per bonificare, deduplicare e validare in tempo reale tutti i dati che arrivano nei sistemi aziendali.

Nel caso di un call center, nel momento stesso in cui l'operatore immette i dati in un sistema, l'applicativo stesso deve potersi avvalere di un software opportuno che in tempo reale e senza interfacce ulteriori "lavori dietro le quinte" indicando: la presenza o meno del record appena inserito (evitando la duplicazione dei dati), standardizzarne il formato (mario = Mario), validarlo (indirizzo esistente) e provvedere nel caso all'arricchimento del record con le informazioni aggiuntive tratte da dati di riferimento.

Informazioni come servizio con SOA

Per snellire l'accesso alle informazioni molte aziende stanno andando nella direzione delle Service Oriented Architecture (SOA). Le SOA prevedono il disaccoppiamento delle logiche di business rendendole indipendenti dalle applicazioni, dai linguaggi di programmazione e dalle piattaforme di elaborazione per distribuirle in azienda, esponendole sotto forma di servizi. Tutto ciò si ottiene rendendo l'infrastruttura aperta agli standard e arricchendola con una serie di servizi di accesso, integrazione, bonifica, distribuzione e analisi dei dati. Occorre dotarsi di una piattaforma integrata e modulare che favorisca la creazione e l'erogazione di servizi per la gestione della "information life-cycle", secondo le tempistiche di fruizione richieste da applicazioni, processi e persone.

Il credit assessment rappresenta un esempio per spiegare le SOA e il concetto di right time per il supporto alle decisioni. Quando un cliente richiede un prestito, il consulente bancario immette nel sistema online tutte le informazioni necessarie e attiva un servizio di **Business Intelligence (BI)** per lo svolgimento corretto della pratica. Il sistema di BI standardizza i dati e li valida in tempo reale;

inoltre li integra con altri raccolti dal data warehouse centrale, eseguendo analisi di data mining per individuare clienti dello stesso profilo e preparare un credit score per verificare il grado di solvibilità sulla base dei dati in input, al fine di inviare il risultato sul desktop dell'utente.

L'architettura SOA integra differenti sistemi applicativi, piattaforme di elaborazione eterogenee, soluzioni di business "finite" che impiegano specifici modelli dati. Le tecnologie adottate devono favorire la generazione di moduli di BI elementari componibili, riutilizzabili ed esponibili come servizi web attraverso standard XML e Web Services Description Language (WSDL). I servizi implementati devono essere sfruttati anche dalle terze parti. Molto utili le funzionalità di data integration con le quali è possibile la realizzazione dei servizi di connettività verso qualsiasi sistema sorgente o di qualità e bonifica dei dati che possono essere eseguiti direttamente dai sistemi applicativi, identificando e correggendo errori durante il flusso stesso dei dati nei sistemi transazionali.

I servizi di integrazione e qualità dei dati nelle SOA favoriscono la realizzazione di strategie di Master Data Management (MDM) molto efficaci. Il MDM parte dall'assunto che specifici insiemi di informazioni come quelle afferenti a clienti, prodotti, dipendenti o trade partner sono utilizzati dalla maggior parte dei sistemi applicativi aziendali. Le strategie di MDM permettono una gestione efficiente di queste informazioni, eliminando ridondanze e incoerenze che danno luogo a costi aggiuntivi dovuti a una gestione non corretta e alla sovrapposizione dei dati. Due sono gli approcci principali al MDM: il Customer Data Integration (CDI) e il Product Information Management (PIM). Il primo mira a creare la vista unica del cliente, realizzando un apposito repository dei customer data che corregge e sincronizza le informazioni, anche in tempo reale, in tutti quei sistemi che hanno a che fare con i clienti-billing, marketing, spedizioni, data warehouse/data mart. Il secondo, PIM, aiuta a identificare e prevenire gli errori in real time creando record più precisi sui prodotti, aggiungendo ai dati specifiche classificazioni industriali come UNSPSC.

Oltre la Business Intelligence

Una volta integrate le informazioni provenienti dalle fonti più disparate, dopo averle ripulite e trasformate, bisogna farne un'analisi. Analizzare non significa però soltanto "guardare al passato" per capire cosa è accaduto: significa simulare scenari futuri su base storica, effettuare previsioni e pianificare interventi tempestivi. La Business Intelligence non è sufficiente e occorre combinarla con strumenti analitici avanzati. Gli "analytics" consentono di stabilire correlazioni tra i dati, analizzare serie storiche, determinare trend e comportamenti stagionali, simulare scenari economici, segmentare e classificare i clienti, calcolare indici, score e rank. Permettono inoltre di condurre attività di data mining per individuare 'pattern' che aiutano a comprendere meglio i fenomeni per offrire servizi migliori. Notevole importanza viene poi rivestita dagli strumenti di text mining che permettono la gestione dei "dati testuali" per scoprire temi e concetti chiave nascosti negli archivi documentali, raggruppare i documenti in cluster tematici, classificarli per categorie predefinite e integrare i testi con dati strutturati, potenziando le attività di modellazione predittiva. Gli analytics offrono gamme estese di funzionalità - algoritmi, tecniche di visualizzazione, esplorazione e gestione dei dati - finalizzate a produrre modelli precisi, affidabili, specificamente indirizzati ad ogni campo di attività. L'impiego di queste tecnologie software avanzate soddisfa numerose esigenze: dall'analisi del rischio alla prevenzione delle frodi, dalla tariffazione assicurativa all'attività antiriciclaggio per il mondo finanziario, dal monitoraggio dei fenomeni ambientali alla definizione di modelli macroeconomici utili soprattutto nel campo della Pubblica Amministrazione e Sanità, oppure ancora dall'analisi dell'impatto delle promozioni sulle vendite al controllo di qualità, dalla previsione della domanda alla gestione delle garanzie e dei ricambi, fino all'analisi dei costi e delle tariffe dei servizi nel comparto industriale e commerciale.

Fonte: EdizioniBig.it

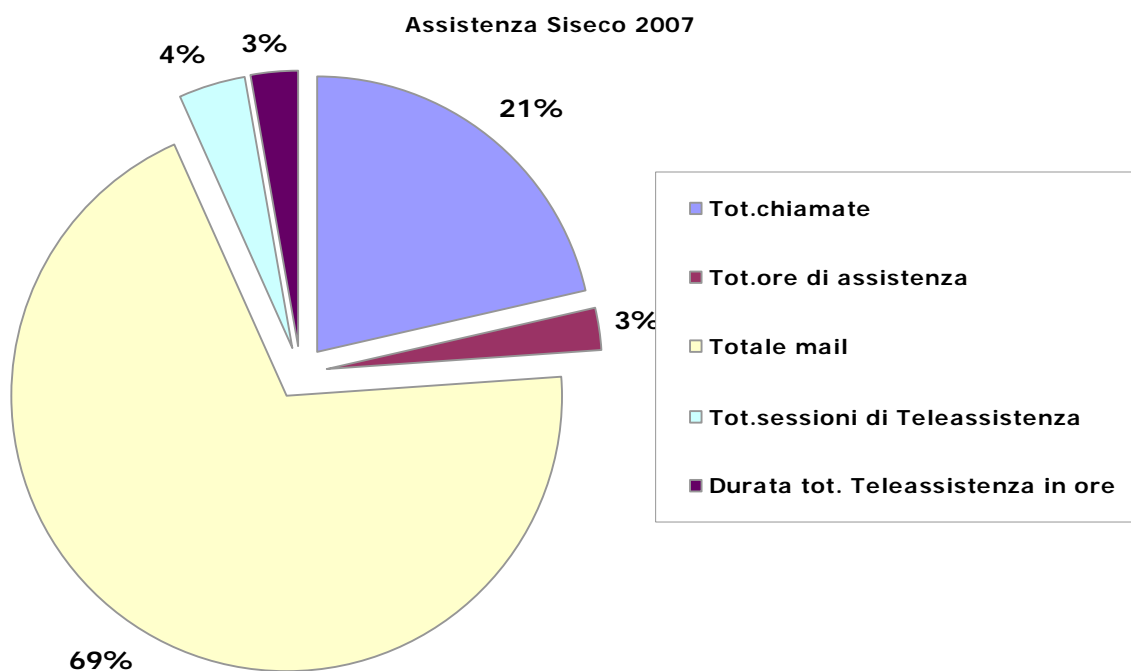
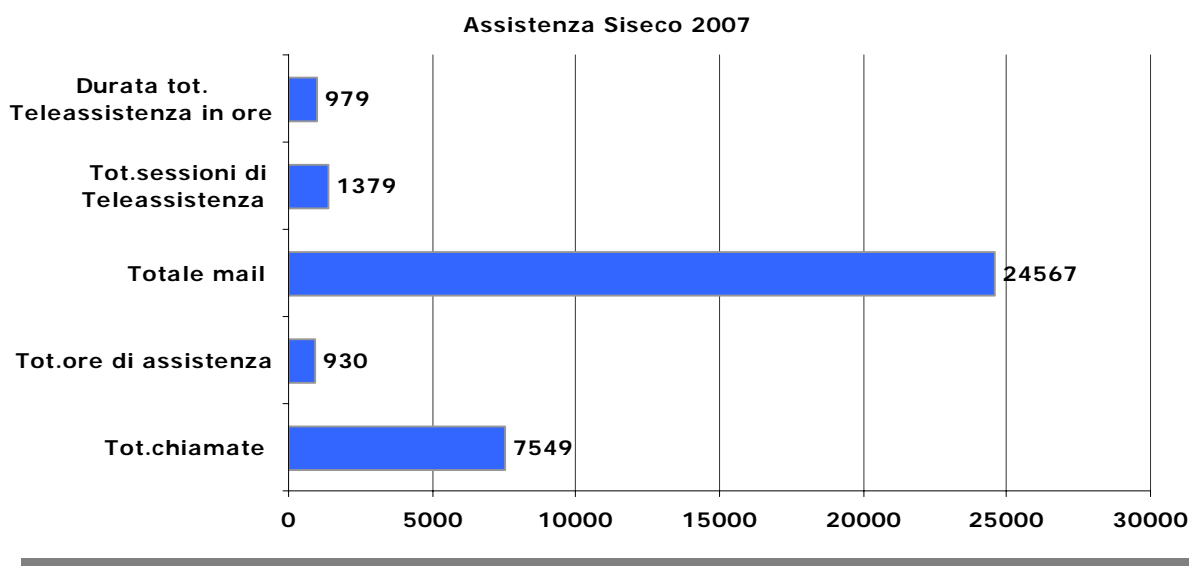
SISECO informa

I numeri del 2007 dell'Assistenza

La fine dell'anno è notoriamente tempo di bilanci e di previsioni per l'anno a venire. Con questo articolo vogliamo darVi un po' di numeri relativi all'Assistenza SISECO - Anno 2007

Totale chiamate pervenute: 7.549
Totale ore di assistenza on line: 930
Totale mail: 24.567

Totale sessioni di Teleassistenza: 1.379
Durata totale di ore di Teleassistenza: 979



*GAT.crm in linea con la Privacy * importante!**

GAT.crm è in linea con gli ultimi standard sulla Privacy richiesti dalla Legge.

Gestione Password. E' possibile impostare tramite i parametri alcuni valori, come:

- lunghezza della password (minima otto caratteri, consigliato dodici caratteri)
- requisiti di complessità (presenza di maiuscole, minuscole, numeri e caratteri speciali)
- disabilitazione utente dopo N tentativi errati e dopo N giorni di mancato utilizzo
- impedire l'uso delle ultime N password usate
- cambio password obbligatorio dopo N giorni
- possibilità di integrazione con Windows Domain / Active Directory
- il cambio password può essere fatto in autonomia anche dagli utenti. L'amministratore può cambiare le password "d'ufficio" senza conoscere le vecchie.

Attivazione ScreenSaver

Nelle **Opzioni** è possibile impostare per ogni utente l'attivazione automatica di uno screen-saver dopo N minuti (o secondi) di inattività. Il salvaschermo può essere protetto da password.

Ecco uno schema riepilogativo:

Misura di protezione richiesta dalla normativa	Descrizione/Intervento in GAT.crm
La parola chiave, quando è prevista dal sistema di autenticazione, è composta da almeno otto caratteri.....	Il numero minimo di caratteri della password è deciso da un parametro, impostato di default ad 8. GAT.crm non visualizza mai in chiaro il valore della password: compare sempre sotto forma di asterischi.
La parola chiave non contiene riferimenti agevolmente riconducibili all'incaricato ed è modificata da questo ultimo al primo utilizzo	In corrispondenza con il primo utilizzo di GAT.crm da parte dell'utente, lo stesso è costretto a cambiare la password. L'utente può inoltre cambiare la password in autonomia dal menu Principale del programma mediante un click con il tasto destro del mouse sul proprio nome utente. Il cambio della password richiede la doppia conferma di inserimento. In via opzionale deve essere permessa l'abilitazione alla conformità dei requisiti di complessità, le password devono contenere: almeno un carattere numerico (0-9) un carattere alfanumerico maiuscolo (A-Z) un carattere alfanumerico minuscolo (a-z) ed almeno un carattere speciale (es. !, \$, %, &, @, #, ...)
..se l'utente commette diversi errori nell'inserimento della password i privilegi di accesso sono bloccati	Se l'utente commette "N" errori nell'inserimento della password i privilegi alla sua user-id sono bloccati (il valore è un parametro)
Il cambio della parola chiave deve avvenire almeno ogni sei mesi. In caso di trattamento di dati sensibili e di dati giudiziari la parola chiave è modificata almeno ogni tre mesi.	Ogni N mesi sarà necessario cambiare la password (N è valore parametrico il cui valore iniziale è 6).
Il codice per l'identificazione, laddove utilizzato, non può essere assegnato ad altri incaricati, neppure in tempi diversi.	GAT.crm non consente di riutilizzare una password già utilizzata in precedenza
Le credenziali di autenticazione non utilizzate da almeno sei mesi sono disattivate, salvo quelle preventivamente autorizzate per soli scopi di gestione tecnica	Se non viene utilizzato un accesso per più di N mesi lo stesso viene disabilitato
I dati personali sono protetti contro	E' necessario impostare una password di accesso al database

il rischio di intrusione e dell'azione di programmi di cui all'art. 615-quinquies del codice penale, mediante l'attivazione di idonei strumenti elettronici da aggiornare con cadenza almeno semestrale.	Server ed un adeguato sistema di Firewalling. GAT.crm non consente più l'utilizzo di password di connessione al database "Vuote"
Validità dell'accesso al sistema	L'accesso a GAT.crm è consentito soltanto dopo l'accesso ad SQL Server
Gli aggiornamenti periodici dei programmi per elaboratore volti a prevenire la vulnerabilità di strumenti elettronici e a correggerne difetti sono effettuati almeno annualmente. In caso di trattamento di dati sensibili o giudiziari l'aggiornamento è almeno semestrale.	GAT.crm viene regolarmente aggiornato molte volte nel corso di una sola annualità. E' necessario essere titolari del "CANONE GAT", un servizio che prevede assistenza ed aggiornamenti continui.
Sono impartite istruzioni organizzative e tecniche che prevedono il salvataggio dei dati con frequenza almeno settimanale.	E' necessario predisporre un adeguato sistema di salvataggio. GAT.crm è da sempre predisposto per l'esecuzione automatica di un BACKUP giornaliero e/o settimanale.
Accessi Contemporanei. Non deve essere possibile accedere alla stessa applicazione da postazioni diverse utilizzando la stessa user-id	Non è mai consentito l'utilizzo dello stesso utente per accedere a GAT.crm da più postazioni contemporaneamente
Inizio e Fine sessione. Deve essere registrato l'inizio e la fine sessione della componente di autenticazione	Tutti gli accessi al sistema vengono da sempre memorizzati da GAT.crm all'interno del proprio registro di sistema. Vengono inoltre memorizzati i tentativi di accesso falliti. E' possibile in ogni istante visualizzare l'elenco degli utenti connessi, da quale dispositivo si sono connessi ed i relativi orari di accesso.
Tracciamento ed Accesso alle funzioni. Deve essere registrato il tentativo di accesso ad una funzione del sistema.	All'interno del registro di sistema di GAT.crm vengono memorizzati tutti i tentativi di accesso alle singole funzionalità.

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.

Windows Vista™



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.

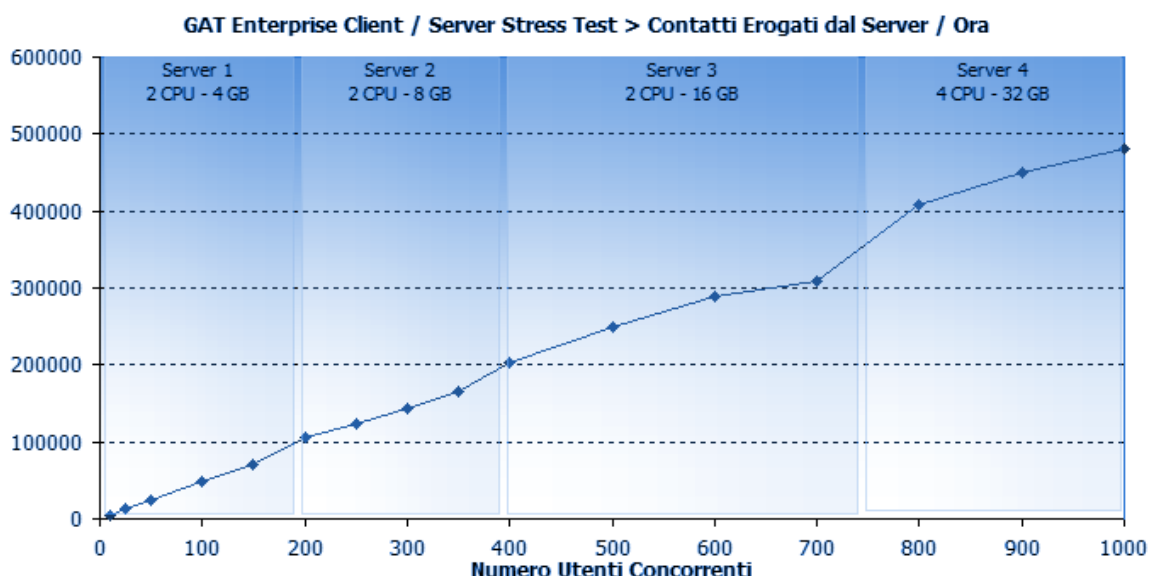
Come database generale e di basso costo, SQL Server 2005 fornirà un valore e funzionalità senza precedenti rispetto alle soluzioni della concorrenza. Le quattro nuove edizioni offriranno una serie di funzionalità, che vanno dalla alta disponibilità e scalabilità a strumenti avanzati di business intelligence, 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

La Scalabilità di GAT aumenta - Stress Test superati !

GAT ha superato gli Stress Test su piattaforma SQL 2005 sp2 ottenendo prestazioni e stabilità da record. Nel grafico che segue alcuni risultati significativi ottenuti in ambiente simulato con strumenti di testing



Seminari ed Incontri (in collaborazione con Club CMMC)

Dieci anni di Club CMMC

Mercoledì 5 dicembre 2007 si è svolto presso il Centro Congressi Istituto Centrale Banche Popolari Italiane a Milano il secondo meeting Club CMMC, che quest'anno verte sui dieci anni di attività.



I contenuti del Meeting del primo decennale di CMMC

Cosa è stato fatto ... e magari non è del tutto noto. Consuntivo.

- Gli scenari: da economico-finanziario a giuslavoristico.
- Marketing e Commerciale: la competizione condiziona la Qualità
- Progetto Customer Value
- Quinta Giornata Nazionale (vedi anche prossimo paragrafo)
- Cultura del Servizio al Cliente: come è conosciuta e considerata.
- Aggiornamenti dal mondo dell'Outsourcing
- Nuove e vecchie opportunità: dalla proattività al cosourcing
- Programmi CMMC per il 2008

Giornata Nazionale della Relazione con il Cliente 2007

La Giornata Nazionale, volta sul tema "CRM ed innovazione Tecnologica", si è svolta il 24 Ottobre u.s. in diverse città d'Italia. Il tema principale riguardava il "CRM e innovazione tecnologica":

- come vendere di più, spendendo meno
- innovazione tecnologica al servizio del telemarketing B2C e B2B.

"Oltre quaranta aziende sono state coinvolte in iniziative molto variegata. Gli eventi rivolti all'esterno delle aziende si sono proposti di affrontare l'esigenza di far sentire la presenza sul territorio cercando di creare un network professionale per condividere le esperienze, ma anche per agevolare il contatto con le persone - soprattutto giovani - interessate al lavoro di relazione, evidenziando le caratteristiche positive di questa esperienza professionale.

Tra le novità, un vendor che ha allestito due desk negli aeroporti di Milano Linate e Milano Malpensa per informare i passeggeri sul tema del CRM e dell'innovazione.

Sono comunque prevalse le iniziative rivolte all'interno delle organizzazioni. Alcune hanno cercato di migliorare il clima rendendo più partecipi i collaboratori del front-office, ad esempio coinvolgendoli nell'identificazione di nuovi servizi da offrire al cliente, oppure mediante visite guidate in nuovi locali destinati a servizi di back-office, oppure ancora con un sondaggio volto ad ottenere lo spostamento del capolinea di un autobus per raggiungere la sede aziendale".

Le relazioni e le foto dell'evento possono essere consultate qui:

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

Ecco alcune foto del nostro stand presso gli aeroporti di Linate e Malpensa:

<http://www.markab.it/nweb/?folder=07SISECO/Files/>

Novità GAT - anteprime 462!

GAT.Crm[®] - versione 4.6.1

Nel mese di Dicembre 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. 461 (o 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.

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.

Per informazioni sull'attivazione è possibile contattare il reparto commerciale via mail commerciale@siseco.it o via telefono allo 0331-341917 (interno 1).

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

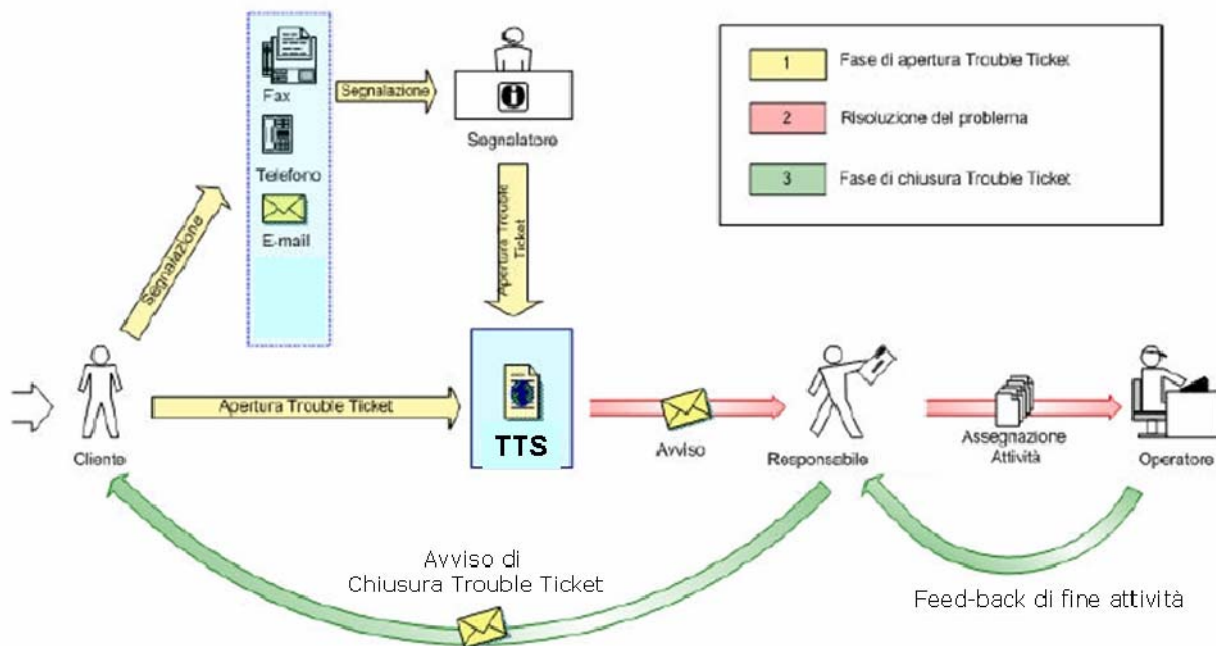
FUNZIONALITA'

- 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.



ANTEPRIMA DEL MODULO TROUBLE-TICKET

Il modulo prevede la compilazione preventiva di alcune tabelle di base, necessarie per la compilazione del contratto di assistenza del cliente. Ad esempio si possono impostare le priorità di assistenza, oppure il tempo di risoluzione (SLA) quantificando i giorni (lavorativi od a calendario)

entro quando l'assistenza dovrà essere erogata. I vari argomenti di assistenza possono essere previsti con una struttura "ad albero", indicando l'argomento "padre" da cui dovranno dipendere.
Es. assistenza "Hardware", sotto la quale si può mettere una lista di apparecchi (monitor, stampante, ecc.), sotto ai quali si può inserire una serie di altre diciture (es. stampante: carta inceppata, spie accese, finito toner, ecc. ecc.).

Dopo aver creato il contratto di assistenza legato al cliente, è anche possibile (se si possiede Megabiblos) allegare le scansioni di svariati documenti relativi alla trattativa (bolle, fatture, ecc).

Ogni assistenza può essere data in carico ad un operatore o lasciata "pubblica" (visibile a tutti). Se la chiamata viene presa da un operatore senza gli skills per risolverla, quest'ultima potrà "chiuderla" e passarla ad un altro soggetto con conoscenze maggiori. Questo "passaggio di consegne" può anche essere fatto d'ufficio da un amministratore.

All'apertura di ogni nuova segnalazione verrà inviata una mail riepilogativa al cliente che indica la presa in carico della sua richiesta. Ugualmente verrà inviata una mail anche alla chiusura del caso.

Le tipologie di contratto possono essere diverse, ad esempio:

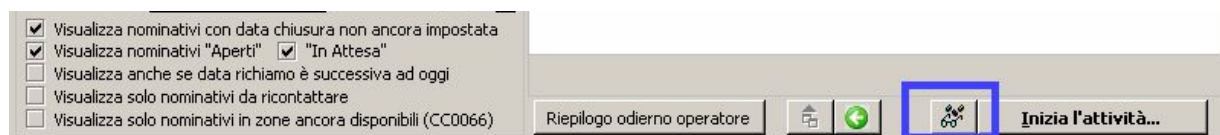
- illimitata: il cliente chiede assistenza su diversi argomenti
- limitata ad uno o più prodotti: il cliente riceve assistenza solo per i prodotti o servizi acquistati

In ogni scheda c'è un ampio spazio per le note e gli appunti che può prendere l'operatore, il quale vedrà anche le segnalazioni passate. Se il cliente pone una domanda che può essere utile anche per altri clienti, l'operatore la può "trasformare" in una FAQ con pochi click, rendendola disponibile nella "knowledge base" aziendale, visibile e consultabile da tutti.

Infine, grazie alle varie maschere di ricerca è possibile conoscere quante segnalazioni sono aperte, da quanto tempo (riepilogo per età), quante chiuse, quante in sospeso, ecc.

Verifica nominativi per algoritmo adattativo

Viene migliorata la funzione di "Verifica" del passaggio nomi mediante algoritmo adattativi (sia a Zone che per Agenda Agenti), senza dover entrare nelle campagne. Sarà attivo il nuovo tasto:



Verifica algoritmo adattativo

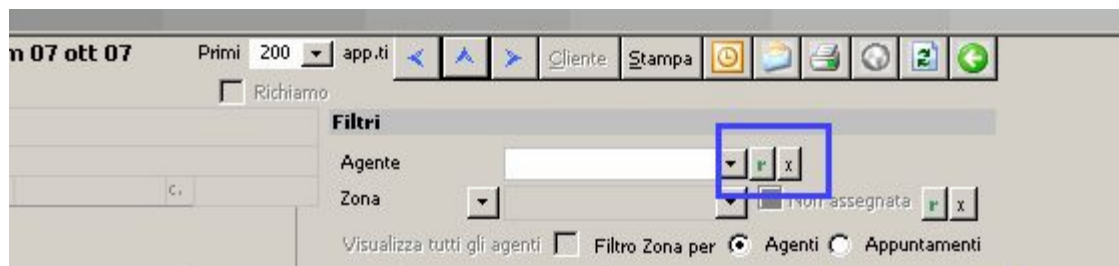
Ricerca utente: [dropdown] [x]

DUtente	Cod_Zona	CodiceAgente	Cognome	Nome	App da Prende	Residuo	NomiDisp	GornoRiferime	Aggiornamento
ADMIN	A440	AG001	COLOMBO	MIRCO ATTILIO	0	0	19	04/12/2007	04/12/2007 16.48.03

Questo genera una tabella che fa vedere le zone e gli agenti che stanno passando al momento. La novità è rappresentata dalla colonna NOMIDISP che mostra i nomi disponibili.

Ricerca multipla agenti in Agenda Settimanale

Nell'Agenda Settimanale è stata aggiunta la ricerca multipla sul filtro per AGENTE:



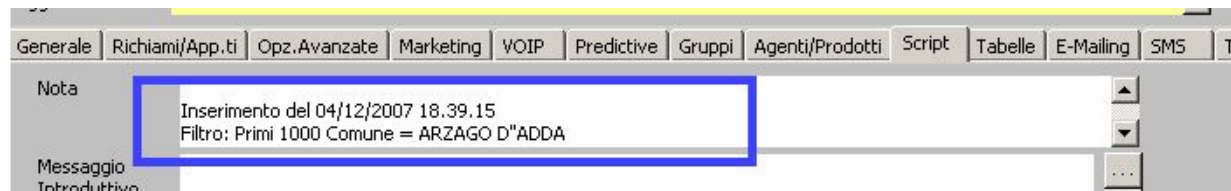
Verranno quindi visualizzati gli appuntamenti degli agenti scelti.

Indicazione del criterio di inserimento clienti (log e campagne)

Nel Wizard Inserimento Clienti in motivazione ci sarà un campo in più che riporta il criterio di scelta clienti effettuato al punto 1:



Il criterio di scelta effettuato (es. i primi 1000 della città X, con caratteristica uguale ad Y) sarà, in questa fase, anche inserito automaticamente nelle note della campagna, così in futuro sarà possibile avere un riferimento di come sia stata creata in origine:



Il dato viene riportato anche nel log delle operazioni...

log	Operatore	Tipo operazione	Quando	Es
14	ADMIN	Motivi - Inserimento del 04/12/2007 18.39.15	04/12/2007 18.39.28	Motivi
13	ADMIN		04/12/2007 18.39.27	Motivi
12	ADMIN	ZOOM - GAT - CRM, Contact Center & Telemarketing (SISECO SRL)		
11	ADMIN	- 04/12/2007		
10	ADMIN			
09	ADMIN	Motivi - Inserimento del 04/12/2007 18.39.15		
08	ADMIN	Filtro: Primi 1000 Comune = ARZAGO D'ADDA		
07	ADMIN			

... ed anche nel log fisico (che si chiama "INS_CLI_ELENCHI_aaaammgg-hhmm" che si salva nella cartella C:\Programmi\Gat_Enterprise:

GAT - CRM, Contact Center & Telemarketing (SISECO SRL) [462]
 Utente corrente: admin - - Admin: Falso - Power: Falso
 Postazione: \\LORROB00\LORROB00
 Database corrente: GAT-DEMO
 Inizio processo inserimento clienti in Motivazione . . 04/12/2007 18.13.35

 Inserimento di 5 clienti
 Filtro = Primi 1000 Comune = ARZAGO D'ADDA
 Motivo = 150 5372 IMPORT AUTOMATICO (FASTWEB)
 Stato predefinito = 1 Aperto
 Selezionata esclusione dei clienti Bloccati
 Scelta Assegnazione in parti Uguali agli operatori

-- Eliminati dalla lista i clienti Bloccati (0)--
-- Eliminati dalla lista i clienti con opzione Richiesta Privacy (0)--

Nuove funzioni con il modulo DEDUPLICA

GAT dispone di un potente modulo di DEDUPLICA NOMINATIVI che, attraverso un semplice wizard, guida l'utente alla ricerca dei nominativi doppi presenti in anagrafica ed ai criteri per eseguirne la deduplica. Il modulo è in costante aggiornamento e miglioramento; con la prossima versione 1.2.2 sarà possibile prevedere la deduplica dei CONTRATTI presenti tra i clienti scelti.

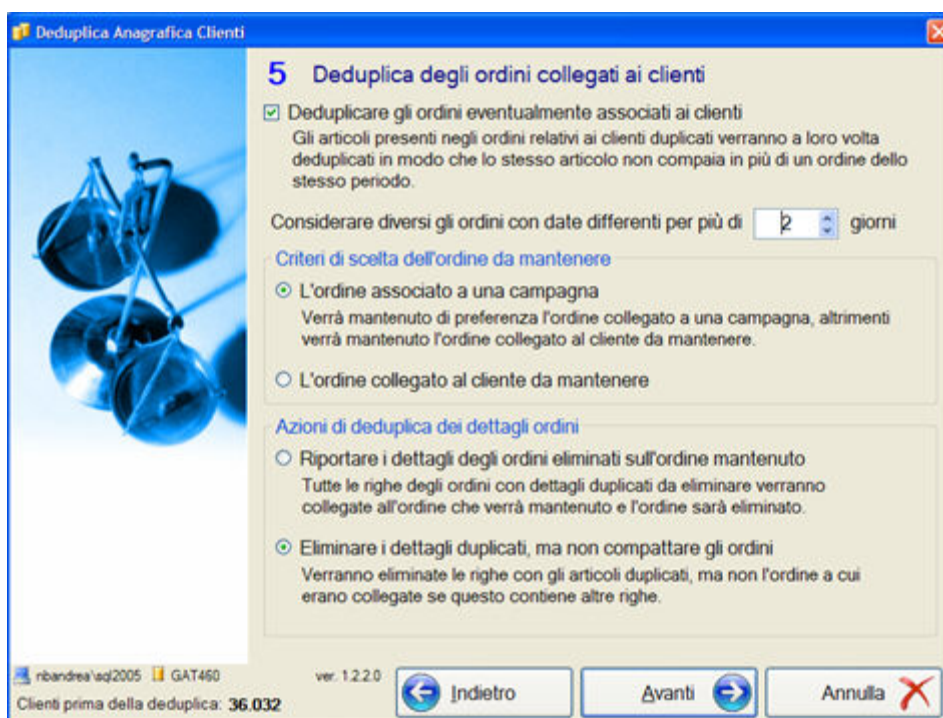
Ricordiamo che il modulo si scarica gratuitamente dal sito Siseco nella pagina del Servizio Clienti. Attualmente la versione disponibile è la 1.2.1.1.

<http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/aggiornamenti.htm>

<p>GAT DEDUPLICA Deduplica automatica anagrafiche</p>	<p>Da installare solo sui client dove si desidera eseguire la deduplica. Richiede Installer 3.0 e Framework .Net 2.0 Versione del 09/08/07 (V.6.2 - 1.2.1.1)</p>	<p>GAT DEDUPLICA [2,94Mb]</p>
--	--	---

Ricordiamo che sulla postazione dove sarà installato il modulo è necessario avere anche Installer 3.0 e Framework .Net 2.0 (scaricabili gratuitamente sul sito Microsoft).

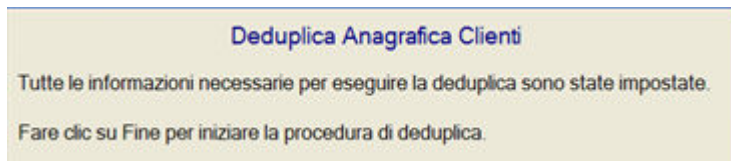
La pagina dedicata alla deduplica degli ordini collegati ai clienti si presenta in questo modo:



Vengono ricercati i prodotti contenuti in più di un ordine per tutti i clienti duplicati che si stanno elaborando; prima di eliminare gli articoli o gli ordini duplicati, i dati di riga e testata dell'ordine da eliminare vengono riportati nei campi non compilati dell'ordine da mantenere. Si deve indicare:

- quanti giorni di differenza sulla Data Segnalazione (è l'unico campo data sicuramente compilato) fanno sì che due ordini con lo stesso articolo siano considerati diversi;
- il criterio di scelta dell'ordine da mantenere (quello associato a una campagna, oppure quello modificato per ultimo)
- cosa fare degli ordini che contengono articoli duplicati: se spostare anche gli eventuali altri articoli sull'ordine che si manterrà, oppure se lasciare gli altri articoli collegati all'ordine originale, limitandosi a cancellare le righe duplicate.

Premendo AVANTI, comparirà PAGINA DI CONFERMA, che significa che GAT ha ricevuto tutti i dati ed è pronto per proseguire. Premere FINE per iniziare l'esecuzione del programma.



Un esempio di Deduplica.

Poniamo di voler cercare tutti i clienti che hanno lo stesso numero di telefono (quindi presumibilmente si tratta sempre dello stesso nominativo).

- PAGINA UNO: scegliere il criterio TEL1 per far cercare a GAT i gruppi di nominativi che hanno un numero di telefono uguale.
- PAGINA DUE: possiamo indicare es. di cercare tutti i clienti dove TEL1 è uguale a 00000000
- PAGINA TRE: poniamo di voler selezionare "manualmente" i gruppi da eliminare
- PAGINA QUATTRO: tra i duplicati, decidiamo di mantenere il primo nominativo contattato, e di riportare i dati sul cliente da mantenere.
- PAGINA CINQUE: come visto sopra, scegliamo come deduplicare i contratti

Dopo aver premuto FINE, GAT mostra i gruppi di nomi duplicati (quelli con TEL1 duplicato), con il relativo numero di nominativi trovati (ovvero di nominativi che hanno lo stesso numero di telefono):

Selezione duplicati da elaborare	
Selezionare i gruppi di duplicati da elaborare:	
Chiave	Numero di duplicati
<input type="checkbox"/> -	7
<input checked="" type="checkbox"/> 00000000	140
<input type="checkbox"/> 0114392111	2

Nella parte inferiore della maschera viene evidenziato il numero totale di gruppi trovato:



Inoltre, per vedere preventivamente la lista dei nomi coinvolti, è possibile fare click destro sulla riga ed attendere qualche secondo per far comparire la tabella. Quest'ultima contiene alcuni dati utili da sapere sui clienti: ragione sociale, telefono, numero di contatti, ecc.

Dettagli del gruppo							
IDClie... ↑	Ragsoc	CAP	Città	Indirizzo	Numero...	Tel1	Cell1
59476	AUTOMERCATO ...					00000000	
59482	ANCONA ASSICU...					00000000	
59512	AGOPAG S.R.L.					00000000	

Facendo doppio clic su una riga della tabella si apre un'altra maschera di dettaglio per il cliente scelto, e selezionando il pulsante "Dettagli" si apre una maschera particolareggiata con tutti i clienti affiancati per il confronto.

Alla fine dell'elaborazione GAT mostra una finestra ridimensionabile simile a questa (posizionandosi sui bordi e trascinandoli può essere allargata maggiormente), che contiene i risultati della deduplica:



La dicitura della riga è così composta:

ELIMINATO (contatore del cliente) (nome del cliente) **A FAVORE DI** (contatore del cliente) (nome del cliente mantenuto).

ESEMPIO: ELIMINATO 57300 Siseco A FAVORE DI 65236 S.i.s.e.co. Srl

Alcune note

Quando un cliente viene eliminato a favore di un altro, tutti i dati dei clienti eliminati vengono "spostati" sul nome del cliente "rimasto". Su questa parte, utile e complessa, vengono effettuati dei ragionamenti delicati. Riprendendo l'esempio sopra:

Cliente: Siseco
IDCliente: 57300
Tel.: 0331341917

Cliente: S.i.s.e.co. Srl
IDCliente: 65236
Tel.: 0331341917

Il cliente è sempre lo stesso (quindi è un duplicato). Poniamo che entrambe siano presenti in una campagna chiamata "ADSL" (questo è possibile perché per GAT sono due clienti diversi in quanto l'IDCliente è diverso).

Siseco (IDCliente: 57300): ha due appuntamenti e 5 telefonate.

S.i.s.e.co. Srl (IDCliente: 65236): ha un ordine e 4 telefonate.

Utilizzando il sistema di deduplica (a seconda delle opzioni scelte), viene mantenuto solo **UNO** dei due. Al cliente "finale" (quello che viene mantenuto) risulterà:

- un solo IDCliente. L'altro verrà eliminato
- il cliente rimasto avrà tre schede ordini (di cui due appuntamenti ed un ordine)
- un inserimento in campagna ADSL con nove telefonate (5+4)

Nella campagna viene mantenuto un solo nominativo in quanto GAT prevede che, in base all'IDCliente, uno stesso cliente non può essere presente due volte nella stessa campagna.

Lo sapevi che con GAT...

Cose importanti da ricordare prima della pausa natalizia

Prima di lasciare l'ufficio per la meritata pausa delle vacanze natalizie è consigliabile controllare alcune cose per evitare spiacevoli "sorprese" al momento del rientro. Ecco un breve vademecum delle cose da ricordare.

Copia di backup dei dati. La Vostra maggiore garanzia!

E' sicuramente la cosa prioritaria da fare od impostare, per evitare perdita accidentale di dati.

- In GAT potete controllare in **Gestione Database Server** se è già impostata la schedulazione automatica. Nota: con l'ultima versione GAT461, questa schedulazione prevede anche la compattazione e ricostruzione indici tutta in automatico.
- Controllate sul server che sia attivo il servizio **SQLAgent**, altrimenti non sarà possibile eseguire le copie.
- Controllate inoltre di avere abbastanza **spazio sul disco** per eseguire il backup.
- Dopo aver effettuato la copia, trasferitela su CD o DVD (od altro supporto esterno) e portatene una copia con voi fuori dall'ufficio, da conservare in un posto sicuro.

Se non vi necessita lasciare acceso il server durante le vacanze, è possibile spegnerlo.

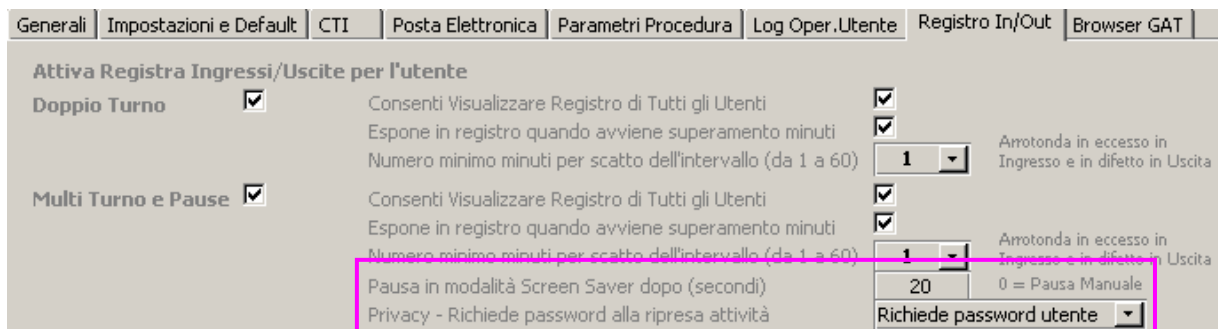
Password sicure.

Assicuratevi di avere impostato delle **password sicure**, come previste dalla legge. E' necessario che sia lunga almeno otto caratteri, che abbia almeno una lettera maiuscola, una minuscola, un numero ed un carattere speciale (es. * / | () ? ^ \$ £ ecc). Meglio non appendere post-it o memo al monitor per ricordarla. Come sopra, conservatela in un luogo sicuro.

Se volete, potete impostare tramite i parametri di GAT che le password siano cambiate ogni N giorni, e che non si possa utilizzare l'ultima inserita.

PARAMETRO	DESCRIZIONE	CONSIGLIATO
ELU004	Privacy: numero minimo caratteri password	8
ELU005	Privacy: abilita conformità Password ai requisiti di complessità (a-z,A-Z,0-9,!£\$%...)	SI
ELU006	Privacy: disabilita utente a seguito di N tentativi di accesso errati (0=Nessun limite)	3
ELU008	Privacy: disabilita utente dopo N giorni di mancato utilizzo (0=Nessun limite)	0
ELU009	Privacy: impedisce utilizzo delle ultime N password (0=Nessun limite)	2
ELU013	Privacy: richiedi cambio password obbligatorio dopo N giorni (0=Nessun limite)	30

Ricordate inoltre che la legge prevede l'attivazione di uno screen-saver dopo N minuti, e che per sbloccarlo sia necessaria una password. Anche questa funzione è già prevista in GAT nelle "opzioni" di ogni utente.



The screenshot shows the 'Impostazioni e Default' tab in the GAT user settings window. The 'Attiva Registra Ingressi/Uscite per l'utente' section is active. Under 'Doppio Turno', there are checkboxes for 'Consenti Visualizzare Registro di Tutti gli Utenti' and 'Esponi in registro quando avviene superamento minuti', both checked. A dropdown menu shows '1' for 'Numero minimo minuti per scatto dell'intervallo (da 1 a 60)'. To the right, there are labels for 'Amortonda in eccesso in Ingresso e in difetto in Uscita'. Under 'Multi Turno e Pause', there are similar checkboxes for 'Consenti Visualizzare Registro di Tutti gli Utenti' and 'Esponi in registro quando avviene superamento minuti', both checked. A dropdown menu shows '1' for 'Numero minimo minuti per scatto dell'intervallo (da 1 a 60)'. Below this, there is a text input field with '20' for 'Pausa in modalità Screen Saver dopo (secondi)'. At the bottom, there is a dropdown menu for 'Privacy - Richiede password alla ripresa attività' set to 'Richiede password utente'.

Gruppo di Continuità

Avere un gruppo di continuità collegato al server / ai server è un consiglio valido anche per il resto dell'anno. Un gruppo di continuità garantisce che il server si spenga "dolcemente" ed in modo

corretto nel caso in cui manchi improvvisamente la corrente. Questo **salvaguarda** la vita dell'hard disk e delle schede (madre, rete, ecc.) in quanto evita possibili scosse o scariche che possono rovinare (a volte anche bruciare) i componenti hardware. Se già lo possedete, controllate che la batteria sia carica e che le impostazioni siano corrette.

Postazione primaria di GAT ed eventuale codice in scadenza.

Ogni primo del mese è necessario (per impostazioni di sicurezza del sistema) accedere a GAT dalla **postazione primaria** per "attivare" i database che si utilizzano. Meglio controllare quale sia la primaria, oppure accertatevi che al primo del mese ci sia un collaboratore che sappia quale sia. Se ricevete una mail da Siseco con la richiesta del rinnovo del codice, provvedete per tempo ad inviarci il codice personale: la procedura è di pochi minuti!

Dopo aver impostato questi piccoli accorgimenti.. godetevi la meritata pausa!

Nuova gestione dei richiami col CC0075

Grazie ad alcune impostazioni avanzate, GAT è in grado di tenere una gestione "automatizzata" dei richiami. Questo può essere fatto in due modi:

- grazie agli automatismi VOIP (è necessario disporre del modulo VOIP).
- mediante il parametro CC0075 impostato a SI (ed il CC0069 maggiore di zero).

Questi due metodi possono essere usati anche insieme.

AUTOMATISMI VOIP

Gli automatismi voip si trovano in Tabella Motivi, sotto la linguetta "voip".

Si tratta di impostare per ogni campagna una serie di "istruzioni" che indicano a GAT cosa fare nel caso in cui il cliente non risponda dopo un determinato numeri di secondi, oppure che rilevi che la linea è occupata.

GAT "comprende" la situazione e si comporta di conseguenza, rifissando il richiamo più in là nel tempo. Il richiamo può essere pubblico o privato, a seconda delle esigenze lavorative e delle impostazioni a livello di campagna.

Nota: i campi si "accendono" quando in "Generale" è selezionata la voce Visualizza Timer

Generale	Richiami/App.ti	Opz.Avanzate	Marketing	VOIP	Predictive	Gruppi	Agenti/Prodotti	Script	Tabelle	E-Mailing	SMS
----------	-----------------	--------------	-----------	------	------------	--------	-----------------	--------	---------	-----------	-----

Solo se disponibile il modulo GAT VOIP per le chiamate automatiche

Azioni nel caso di NON RISPONDE (solo se l'opzione 'Visualizza Timer' è attiva)

Stato automatico telefonata su mancata risposta (Non Risponde) Non risponde

Dopo quanti secondi deve essere considerata mancata risposta (Non Risponde) (s) 10

Su Non Risponde imposta Richiamo Automatico dopo N minuti (minuti) 240 0 = Imposta richiamo manuale

Richiamo Pubblico (selezionare per impostare il richiamo Pubblico)

Tipo di richiamo da impostare (opzionale)

Azioni nel caso di OCCUPATO

Stato automatico e chiusura telefonata nel caso di Occupato OCCUPATO

Su Occupato imposta Richiamo Automatico dopo N minuti (minuti) 30 0 = Imposta richiamo manuale

Richiamo Pubblico (selezionare per impostare il richiamo Pubblico)

Tipo di richiamo da impostare (opzionale)

Il passaggio automatico al contatto successivo è controllato dai Parametri CC0011 e CC0033.

Nell'esempio sopra, se un cliente "non risponde" entro 10 secondi, il richiamo viene messo in automatico in stato "non risponde" e scadrà tra 240 minuti (4 ore). Nell'esempio sopra, il richiamo sarà sempre "pubblico", in quanto è selezionata la voce "richiamo pubblico".

Nel caso di "occupato" invece il richiamo sarà rifissato trenta minuti dopo la chiamata ed anche in questo caso sarà sempre "pubblico".

USO DEL PARAMETRO CC0075

Impostando questo parametro a SI, quando si preme il tasto "Proponi Nominativi", l'operatore riceve prima i richiami e poi gli aperti (al contrario della situazione "normale", dove riceve prima gli aperti).

Nota: il CC0075 funziona in concomitanza col parametro CC0069, che deve essere impostato maggiore da ZERO. Il CC0069 stabilisce la "soglia" di richiami che deve avere l'operatore. Finchè l'operatore non ha meno del numero di richiami impostato, non può ricevere altri nomi "aperti" (è quindi in un certo senso "obbligato" a smaltire i richiami).

Schematicamente il funzionamento è questo:

- premendo "proponi nominativi" vengono erogati all'operatore i richiami scaduti (se ce ne sono), prima i PRIVATI e quindi i PUBBLICI. Viene tenuto in considerazione anche la "fascia di visione richiami" impostata sulla campagna ed il "livello di importanza" del richiamo, in base all'omonima tabella "tabella tipi di richiamo".
- Il richiamo parte subito: dopo aver premuto su "proponi nominativi", immediatamente si apre la maschera della telefonata. A questo punto, alla fine della chiamata, sia che siano partiti gli automatismi (non risponde o occupato) sia che la chiamata sia stata effettuata con un chiuso negativo o positivo (perchè il cliente ha risposto), parte direttamente la successiva, ovvero l'operatore vedrà direttamente il prossimo richiamo da effettuare. Non compare più la domanda "Vuoi eseguire il richiamo successivo?". (nota bene: questo è il funzionamento del CC0075 a partire dalla versione GAT 461 del 17/11/07).

Questo ciclo continua prendendo tutti i richiami che l'operatore ha chiesto con l'operazione "proponi nominativi" (stabilita mediante il parametro "CC0008 - Numero nominativi da proporre in PROPONI NOMINATIVI").

Quando i richiami scaduti sono finiti, GAT pone la domanda se si desidera avere degli APERTI, che vengono erogati o meno in funzione del parametro CC0069.

Nota sull'opzione "fascia visione richiami" in Tabella Motivi

Permette di visualizzare determinati richiami già scaduti solo in una determinata fascia oraria, espressa in minuti. Inserendo un valore uguale a 20, l'operatore visualizzerà solo i richiami *scaduti* nel momento della richiesta e nell'arco di venti minuti dalla richiesta stessa. Es. è impostato un valore uguale a 20. Un operatore aggiorna dei richiami alle ore 17.45: potrà visualizzare i richiami scaduti dalle 17.25 alle 17.45. NON potrà visualizzare i richiami scadenti oggi dalle 17.46 alle 17.56 perché appunto *non sono ancora scaduti*. Potrà però visualizzare i richiami scaduti alle ore 18.00 del giorno *precedente*.

GLI ALTRI PARAMETRI DI CUI TENERE CONTO

Per usare al meglio questa funzione è molto importante controllare la combinazione con altri parametri e funzioni, es:

- Minuti fascia richiami del MOTIVO (vedere paragrafo precedente).
- CC0047 - Gestione Recall: in Gestore Lista Call Center (Outbound) mostra i richiami odierni solo se scaduti. Dovrebbe essere a SI.
- CC0014 - Secondi preavviso per considerare Recall in scadenza. Dovrebbe essere a 300. **Nota:** se il richiamo automatico (su occupato o non risponde) viene riproposto dopo un tempo inferiore a CC0014 oppure alla fascia dei richiami, questo viene riproposto subito. Esempio se la fascia richiami è 15 minuti ed il CC0014 è impostato a 600 secondi (10 minuti). Se si imposta che su "occupato" deve riprovare dopo 8 minuti (480 secondi), il richiamo ricompare subito.

Importazione indirizzi aggiuntivi

L'importazione degli indirizzi aggiuntivi viene effettuata in situazioni particolari, come ad esempio se nel file di caricamento c'è lo stesso cliente ripetuto diverse volte, con numeri di telefono aggiuntivi (ed anche magari sedi) differenti dal principale. Solitamente gli indirizzi aggiuntivi si trovano nel caso di aziende, che hanno diverse linee, anche in città diverse.

Per poter importare gli indirizzi aggiuntivi sono necessari dei piccoli accorgimenti:

- aver già importato l'anagrafica "principale" del cliente. Questo perché gli indirizzi, in quanto appunto "aggiuntivi", si vanno ad associare a quelli già presenti. Oltre al telefono si possono importare anche gli indirizzi e la città (per il caso di sedi in città diverse), e fino a dieci campi note, dove di solito si mettono informazioni legate al numero di telefono (es. se è privato, se è una linea ADSL, ecc ecc).
- creare una **struttura di trasposizione apposita**, dove si deve aver cura di selezionare per tutti i campi la spunta "indirizzo aggiuntivo" tranne che per il campo chiave. Nota bene: il campo "telefono" deve essere collegato alla dicitura TELEFONO, che corrisponde a quella degli indirizzi aggiuntivi. Si possono rimuovere i campi che non sono necessari in questa fase, come ad esempio l'IDPORTAFOGLIO.

Ecco un esempio di struttura corretta:

Nome Colonna nel file esterno	Nome Campo all'interno di GAT	Chiave	Caratt.	Ind. Agg.	Contatti	Tipo
CODFISC	CODFISC	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Testo
TELEFONO	Telefono	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Testo
INDIRIZZO	Indirizzo	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Testo
CITTA	Citta	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Testo
NOTE2	Note2	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Testo
*		<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

L'importazione dei dati

Una volta creata la struttura corretta si può procedere con l'importazione, da farsi mediante il Wizard Importazione Anagrafica Clienti, presente nel menu GESTIONE.

In questa fase bisogna tenere conto di:

- punto 1: selezionare la struttura appositamente creata
- punto 2: selezionare la seconda voce disponibile "indirizzi aggiuntivi"
- punto 3: selezionare sempre **NESSUNA DEDUPLICA**
- punto 4: lasciare deselezionato

SISECO - Importazione Anagrafica Clienti

Importazione Anagrafica Clienti

1 Selezionare la struttura di trasposizione
INDIRIZZIAGG [x] [Apri Struttura]

Anagrafiche dei Clienti
[Seleziona file] [x] [?] [ABC] [Apri verifica]
File:

2 Indirizzi Aggiuntivi in Anagrafica del Cliente
[Selez. file Indirizzi] [Foglio1] [x] [?] [Apri verifica]
File: C:\Documents and Settings\baruti1\Desktop\DA IMPORTARE.xls

Contatti Anagrafici del Cliente (Referenti)
[Sel. file Contatti] [x] [?] [Apri verifica]
File:

3 Deduplica Automatica [Nessuna Deduplica] [?]

4 Importa eventuali nuove anagrafiche

Utente ADMIN [Avanti] [Indietro] [Fine]

Premendo **AVANTI** si può proseguire con l'importazione, lasciando vuoto il punto 5.

Dopo aver pre-caricato i nomi, GAT rileva che nel file sono presenti dei doppi e se si desidera proseguire: premere SI per continuare. In questo caso è necessario lasciare i doppi in quanto si tratta proprio degli indirizzi aggiuntivi da inserire.

Creazione Zona ed azionamento

GAT dispone di diversi strumenti, tra i quali la creazione di ZONE e relativo azionamento dei clienti. Le zone sono importanti quando si lavora per prendere appuntamento per gli agenti per ottimizzarne il giro, oppure quando si desidera dividere meglio il territorio quando si lavora su zone molto frazionate (es. centro storico, oppure molti paesini sparsi in montagna). In questi casi, il primo passo da fare è creare la zona.

Creazione della zona

Entrare in Anagrafica / Zone definizione. Premere sul tasto NUOVA ZONA per creare una scheda. Riempire i campi COD.ZONA (dove si indica il codice della zona, che ha al massimo 5 caratteri) quindi il campo DESCR.ZONA (dove si può indicare il nome della zona in modo più esteso). I campi "raggruppamento zone" non sono obbligatori, ma servono (se si desidera) a localizzare meglio la zona all'interno del territorio. Dopo aver compilato i campi, salvare la zona.

Definizione del TIPO ZONA

Il secondo passo - molto importante - è definire nel dettaglio la zona, ovvero dichiarare quali sono le province, i CAP, le città o gli indirizzi che ne fanno parte. Si può specificare un solo tipo di zona molto estesa (Es. tutti i clienti che hanno PROVINCIA = VA) oppure frazionare la zona in entità più piccole, come ad esempio solo i clienti che fanno parte della città X, Y, ecc. La cosa importante è che se in una zona si specifica un dato (es. città = Varese o PROV=MI), questo dato non va mai inserito in altre zone, altrimenti i vari clienti non saranno azionati (in quanto GAT non "sa" in quale zona inserirli).

Zone: definizione

Nuova zona | Verifica Zone | Comuni | CAP N.A. | Prov. N.A. | Clienti nella zona | Agenti nella zona | Assegnazione Zone | Setting Zone su Elenchi

Cod. Zona VA05 **Descr. Zona** BUSTO ARSIZIO Disabilitata Quali sono ?

Raggruppamento zone (1) NORD ITALIA Note

Raggruppamento zone (2) OVEST

Clienti attualmente in questa zona 0 <

Numero Indirizzi/Linee nella zona 0 <

Composizione della zona (sotto zone)

Tipo Zona	Nome Sotto Zona (50 car.) - doppio click suggeris	Frazione	Ordina	Disabil.
Comune (3)	BUSTO ARSIZIO	Borsano	1	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	BUSTO ARSIZIO	Sacconago	1	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	BUSTO ARSIZIO		1	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	CASSANO MAGNAGO		2	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	SAMARATE		3	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	SAMARATE	Verghera	3	<input type="checkbox"/> 158
Comune (3)	GALLARATE		4	<input type="checkbox"/> 158
			0	<input type="checkbox"/> toNumber

Provincia (1)

CAP (2)

Comune (3)

Indirizzo % (4)

Indirizzo (5)

Indirizzo <> (6)

Codice Via/Indirizzo

Tipo zona (1=Provincia 2=CAP 3=Comune 4=Indirizzo simile 5=Indirizzo identico 6=Indirizzo diverso 7=Codice Via/Indirizzo)

Gestione grafica

Escludi frazioni

Limita per Regione

NOTA BENE
Le diverse definizioni di composizione delle zone (es. Provincia, CAP, Comune, Indirizzo) verranno utilizzate con priorità crescente da 1 a 7.

Esempio:
Se è stata definita una zona A che contiene tutta la provincia di (MI) milano ed un'altra zona B che contiene il Comune LINATE, i clienti

Il "frazionamento" della zona può essere fatto su diversi livelli, a partire dalla provincia (quindi raggrupperà un buon numero di clienti, un "macro" raggruppamento) fino al dettaglio dell'indirizzo (divisa capillarmente, un "micro" gruppo). Anche in questo caso vale la regola detta sopra. Per ogni tipo di "frazionamento" si può usare una riga differente.

Nota: se la zona deve contenere per esempio le "città" X ed Y, consigliamo di inserire solo il nome delle città ma di tralasciare la provincia, altrimenti in fase di azionamento verranno azionati anche gli altri clienti che fanno parte della provincia indicata.

Es. Comune = Rho Comune = Monza Provincia = MI
Nella zona entrano i clienti delle città suddette PIU' i clienti che hanno provincia = MI

Azzonamento Clienti

L'azzonamento clienti è un'operazione che compie GAT sull'anagrafica dei clienti. Una volta creata la zona e definite le città / province / CAP che ne faranno parte, premendo il tasto ASSEGNAZIONE ZONE, compare questa maschera:

Qui si indicano:

- mediante il tasto RICERCA CLIENTI, si cercano i clienti che dovranno far parte della zona (es. per la provincia o la città inserite nella zona sopra creata).
- "forza aggiornamento anche su clienti già azzonati": se è selezionato, GAT passa comunque tutta l'anagrafica alla ricerca di clienti. Se alcuni dovessero essere già azzonati, con questa operazione verranno azzonati di nuovo (aggiornando forzatamente i dati). Si consiglia di lasciarlo selezionato.
- "controlla assegnazione al termine": se viene selezionato, dopo l'azzonamento GAT mostra una tabella dove indica il numero di clienti che non hanno ancora una zona. Tutta l'operazione risulta leggermente rallentata. Si consiglia di deselegionare.

In poche parole, quando si effettua un AZZONAMENTO, GAT:

- controlla come è composta la zona (città, provincia, cap, ecc)
- passa in rassegna i nomi cercati con la maschera sopra indicata
- quando trova una corrispondenza col cliente, nell'anagrafica di quest'ultimo va a riempire i campi dedicati alle zone, che precisamente sono:

Zona	Azzona	VA05	BUSTO ARSIZIO
Zona Dettaglio		BUSTO AR:	BUSTO ARSIZIO

Da questo passaggio si comprende bene perché la stessa città / CAP / provincia non può essere presente in due zone diverse: ogni cliente può avere indicata in anagrafica una sola zona; oltretutto se la città X è indicata in due zone diverse GAT non "sa" quale sia quella corretta dove inserire il cliente.

Una volta effettuato l'azzonamento, si possono vedere i clienti collegati alla zona premendo il tasto


QUALI SONO . Se la creazione delle zone è legata all'uso dell'algoritmo adattativo, è necessario lanciare anche il **SETTING ZONE SU ELENCHI** (richiede qualche minuto e si consiglia di lanciarlo in un momento di pausa).

Con le ultime versioni di GAT è possibile azzonare direttamente dopo l'importazione, con un apposito punto del Wizard (punto 9). Questa operazione richiede comunque la creazione preventiva delle zone (non si può azzonare se manca la zona dove raccogliere i clienti!).

Personalizzare l'Agenda Settimanale


L'agenda settimanale è uno strumento molto flessibile, che permette di fare molte cose diverse. Si possono ad esempio modificare appuntamenti già presi, bloccare l'agenda, sincronizzare gli appuntamenti con Outlook, chiamare direttamente il cliente, ecc.

La struttura dell'agenda permette anche di personalizzarla nei dettagli, come ad esempio il font oppure il colore dello sfondo (quando il giorno è libero o quando è già occupato).


Queste modifiche si possono fare mediante il tasto 

Quando si preme, compare un menu che contiene diversi tools:

Back Color	2.147.483.633	Appuntamenti per l'agente (tutti)	lun 10/12/2007	mar 11/12/2007	mer 12/12/2007
Colore Sfondo Griglia	64	08.00 - 08.30			
Colore Sfondo Label	10.070.188	08.30 - 09.00			
Colore Label	14.215.660	09.00 - 09.30			
Colore Banda Ora	14.024.703	09.30 - 10.00			
Colore Appuntamento	16.777.088	10.00 - 10.30			
Colore Esito Negativo	255	10.30 - 11.00			
Colore Esito Positivo	65.280	11.00 - 11.30			
Colore Scaduto	16.744.703	11.30 - 12.00			
Colore Fascia Bloccata	65.535	12.00 - 12.30			
Colore Festivo	12.632.319	12.30 - 13.00			
Colore Weekend	12.383.487	13.00 - 13.30			
Font Appuntamenti		13.30 - 14.00			
Font EtichetteOrizz		14.00 - 14.30			
Font EtichetteVert		14.30 - 15.00			
Font LabelFisso		15.00 - 15.30			
Larghezza Colonne	68				
Altezza Etichette Orizz	30				

Per effettuare delle modifiche, premere  in corrispondenza della riga da cambiare. E' possibile modificare i colori, ad esempio un colore scuro per la fascia bloccata (di default è giallo) per farla risaltare di più, mettere un colore diverso per evidenziare i giorni festivi od i blocchi, ecc.

Attenzione alla larghezza delle colonne ed all'altezza delle etichette! Se si imposta un valore troppo alto non si vedranno più i giorni (oppure si vede un solo giorno ed una sola ora).

Dopo ogni modifica, per vedere i risultati si può uscire dall'agenda oppure premere il tasto . Ecco un esempio di agenda personalizzata.

App.ti per l'agente	lun 24/12/2007	mar 25/12/2007	mer 26/12/2007	gio 27/12/2007	ve 28/12/2007
AG001 Ferri					
08.00 - 08.30					
08.30 - 09.00					
09.00 - 09.30					
09.30 - 10.00					AG001 - BUSTO
10.00 - 10.30				SONO ASSENTE	
10.30 - 11.00					
11.00 - 11.30					
11.30 - 12.00					
12.00 - 12.30				non disponibile	AG001 - BUSTO
12.30 - 13.00					

[1446] SISECO Srl Ore:09.30
 VIA SILVESTRE, 40
 21052 BUSTO ARSIZIO(VA)
 T. 0331341917 - F. - assistenza.gat@siseco.it
 AG001 [P]

Servizi, Formazione e Gadgets

Corsi di Aggiornamento gratuiti, corsi di base e teleformazione

La formazione operativa e marketing è un tema sempre molto importante.

Migliorando il proprio Call Center, l'Azienda scoprirà una nuova ed inattesa capacità di accrescere, rispetto alla concorrenza, il livello di soddisfazione dei clienti.

CORSI RAPIDI DI AGGIORNAMENTO e GAT AVANZATO (1 giorno)

**Per lavorare meglio e più
velocemente !**

ONCENTER e GRATIS!

Si tratta di corsi avanzati in cui vengono trattati gli argomenti relativi alle ultime novità funzionali della piattaforma GAT.Crm e CTI integrata.

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

A PRESTO LE PROSSIME DATE 2008!

CORSI DI BASE (2 giorni) Per formare la conoscenza base o "rinfrescare" l'utilizzo di alcune funzioni di uso quotidiano

CORSO BASE GRATIS!

Il corso tratta argomenti basilari di GAT, come l'anagrafica soggetti, la Gestione Utenti, l'importazione, l'impostazioni parametri, zone, funzionamento algoritmo, ecc.

Il corso viene solitamente articolato su due giorni.

L'ultimo corso base è stato svolto a Napoli il 21 e 22 Novembre u.s. con ottimi risultati!

*Il prossimo corso si svolgerà nei pressi di Milano, a Gennaio 2008
Vi terremo informati sui dettagli!*

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 ed 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. 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

La teleformazione è erogata mediante i sistemi di teleassistenza **Netsupport** ed **Inquiero** (nessun costo aggiuntivo per il collegamento se non quello della chiamata).

Help Desk OnLine

NOTA BENE: se i popup sono bloccati,
si prega di consentire l'utilizzo dei popup
[Click sul bottone per partire con l'assistenza](#)



Direttamente sulla pagina del SERVIZIO
CLIENTI sono disponibili i tasti per il
collegamento:

<http://www.siseco.com/pro/gat/clienti/>

VoiceCom News, in uscita il numero 4/2007

In uscita a breve il numero 4/2007 del periodico **VoiceCom News**. In questo numero saremo presenti con un articolo dal titolo:

[Migliorano e aumentano le convergenze tecnologiche nella gestione della relazione con i clienti. Proattività e multicanalità con il contact center 2.0.](#)

L'articolo mette a confronto Web 1.0 e Web 2.0 e le varie applicazioni che ne conseguono, con un accento particolare sul nostro nuovo prodotto che sarà totalmente WEB.

Ecco alcuni estratti:

"Il Web 2.0 è appena iniziato. Siamo in presenza di un fenomeno è una nuova visione di Internet che ha appena cominciato ad influenzare il vostro modo di lavorare ed interagire con le informazioni in rete."

"In questo contesto evolutivo anche il mondo del CRM sta rapidamente cercando di adeguarsi. La relazione con il cliente inevitabilmente dovrà essere sempre più multicanale.

I nuovi clienti del resto sono i principali artefici del Web 2.0 e come tali sempre più connessi alla rete, abituati alla risposta immediata e ad avere quello che vogliono quando ne hanno bisogno.

Per le aziende questa è sicuramente una grande opportunità, ma al tempo stesso si richiede un dinamismo ed una velocità di risposta veramente difficili da garantire."

"Tutti questi nuovi paradigmi potremmo raccoglierci all'interno del concetto **Contact Center 2.0**. E esso punta a raccogliere gli aspetti classici di CRM e Customer Service con i nuovi concetti **Web 2.0** e le nuove tecnologie multicanale dei sistemi CTI, integrando i sistemi in un'unica piattaforma Web Based."

"Tra i contatti gestibili, attraverso opportuni working model funzionali alla campagna e completamente personalizzabili, sono presenti:

- chiamate uscenti in modalità PowerDialing, PreviewDialing o PredictiveDialing
- email, fax ed SMS uscenti
- chiamate entranti secondo le logiche ACD impostate sul sistema CTI
- email, fax ed SMS entranti secondo le logiche dell'ACD multimediale
- sessioni di CoBrowsing e Chat"

The screenshot shows the SISECO GAT CRM interface. At the top, it displays system information: "MULTIMEDIA FORM - ADMIN* - \\\servervm - Db: LION - 5.0.0.0 - IP: 82.88.5.52 - IE7 - Windows Internet Explorer". The browser address bar shows a URL starting with "http://83.103.51.147/...".

The interface includes a sidebar with "Jobs (5)" listing various clients like "JOLLY STYLE", "PUSTERLA & RONCHE...", "PURPURA SALVATORE", "PUBBLISPRINT SNC", and "PHILOCOMPUTER DI...". A "Step Summary" panel on the right lists actions like "Incoming Media", "Outcoming", "Sms", "Fax", "Email", "Info", "Ordine", "Condizioni Ordine", "Riepilogo Ordine", "Agenda", "Dat", "Appuntamento", and "Custom Mask".

The main area is titled "Selezionare il giorno e l'orario preferito da Andrea" and shows a calendar for agent "AG001". The calendar grid spans from 19/11/2007 to 25/11/2007, with time slots from 08:00 to 16:00. A tooltip for the date 20/11/2007, 12:30 - 13:00 shows details for "PHILOCOMPUTER DI CARLO BERTAGNI", including address "20, P. GARIBALDI G. 55023 BORGIO A MOZZANO LUCCA" and contact info.

GatVoip News - è uscito il 1° numero!

Il 5 Dicembre è uscito il primo numero di GATVOIP NEWS, il nuovo ricco periodico di Siseco che illustra le novità delle ultime versioni di VOIP, ed è stato inviato per posta a tutti i clienti.



Se non l'avete ricevuto o vi fosse sfuggito, fatecelo sapere ad assistenza.gat@siseco.it e provvederemo a rimandarvelo al più presto!
Inoltre questo mese siamo presenti sul Magazine Voispeed Gold Partners:



CRM & VOISPEED

GOLD Partner: SISECO Srl (VA).

Prodotto: GAT.crm.

Il GAT.crm, CRM di fascia medio/alta del GOLD Partner SISECO Srl è sicuramente una delle applicazioni che sfruttano in maniera più integrata e avanzata le risorse della piattaforma di sviluppo PLATFORM. Il risultato del connubio tra tecnologia VOIspeed utilizzata come soluzione CTI e i moduli software per contact center sviluppati dalla SISECO, è una soluzione con servizi evoluti i cui numeri ne testimoniano il successo:











- 150 attivazioni in Italia e oltre 15.000 postazioni;
- installazioni da 8 BRI fino a 8 flussi primari con struttura cluster.

[continua]

I casi di successo con GAT.crm

Abbiamo pubblicato sul nostro sito le "storie di successo" di alcuni clienti che utilizzano GAT.crm con esito positivo per la loro attività. I case history possono essere consultati a questa pagina:

http://www.siseco.com/pro/gat/gat_success_story.htm

GAT.crm [®] Customer Solution Case Study		
	Doblone	Contact Center www.doblone.biz
	Editalia Spa	Gruppo Poligrafico Zecca dello Stato www.editalia.it
	Editoriale Secondamano	Gruppo Schibsted ASA (Editoria) www.secondamano.it
	E.V.A.	Gruppo Futuro Remoto Srl www.eva24.it
	Gruppo Phonemedia - B-Services	Contact Center www.phonemedia.it
	House Service Srl	Partner Tim e Telecom Italia
	IdeaRiviera	Surgelati a domicilio e spesa on line www.ideariviera.it
	Pluripack	Packaging Alimentare www.pluripack.it
	Reed Business Information Spa	Gruppo Reed Elsevier (Editoria) www.reedbusiness.it
	S.E.T.	Partner Tim e Telecom Italia www.e-set.it

Ringraziamo i clienti che ci hanno dato disponibilità a pubblicare i loro casi.

Se siete interessati a far pubblicare anche la Vostra storia, contattateci all'indirizzo commerciale@siseco.it e sarete richiamati in pochissimo tempo per definire i dettagli.

Gadgets GAT.Crm e kit di Natale HAPPY GAT

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

- antistress
- cordino portachiavi
- borsone e zainetto GAT.Crm
- calendari mensili da muro *2008*
- mouse pad
- cappellini e magliette (rosa od azzurro)
- calendari tascabili, da tavolo e muro
- planning (in A3 o A4)
- penne
- shopper

Per augurare ai nostri clienti un'ottima chiusura d'anno ed un inizio ancora migliore, in questi ultimi giorni Vi abbiamo inviato il kit HAPPY GAT: probabilmente mentre leggete in questo momento è già arrivato sulle Vostre scrivanie!

Il pacco contiene una parte dei nostri gadget, come lo zainetto, il calendario da muro 2008 (con tredici splendide immagini riprese dai collaboratori di Siseco), magliette, cappellini, il nuovissimo shopper ed i simpatici antistress "decision maker".



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

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.

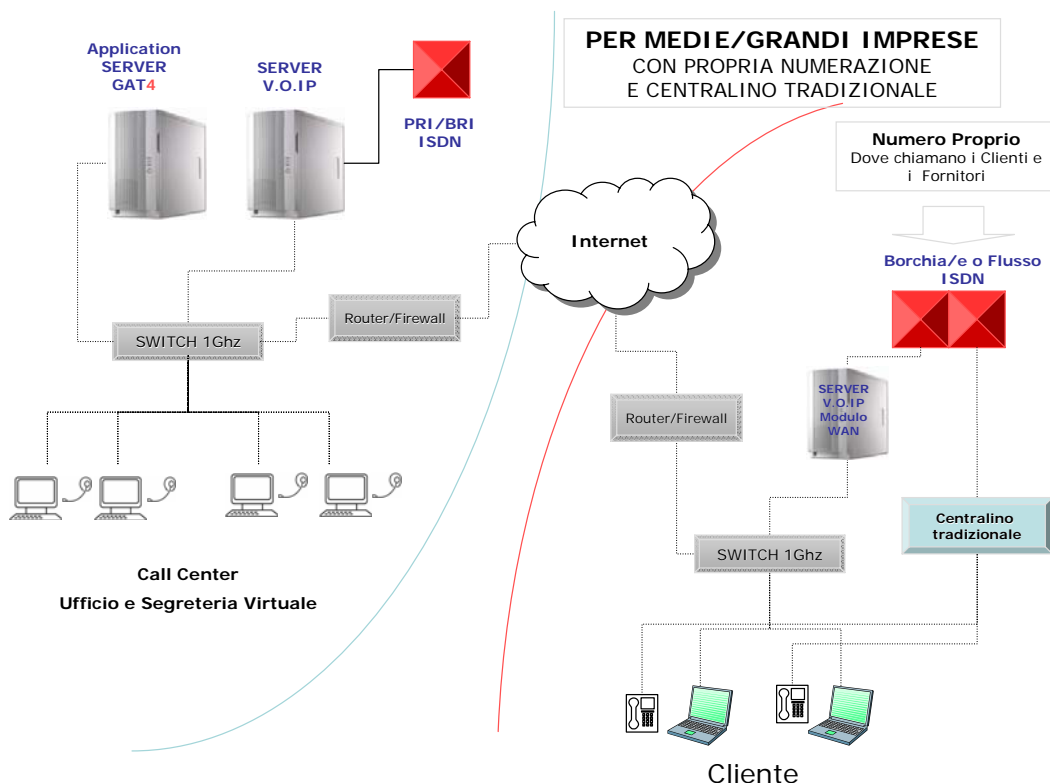
MODALITA' MISTA

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.



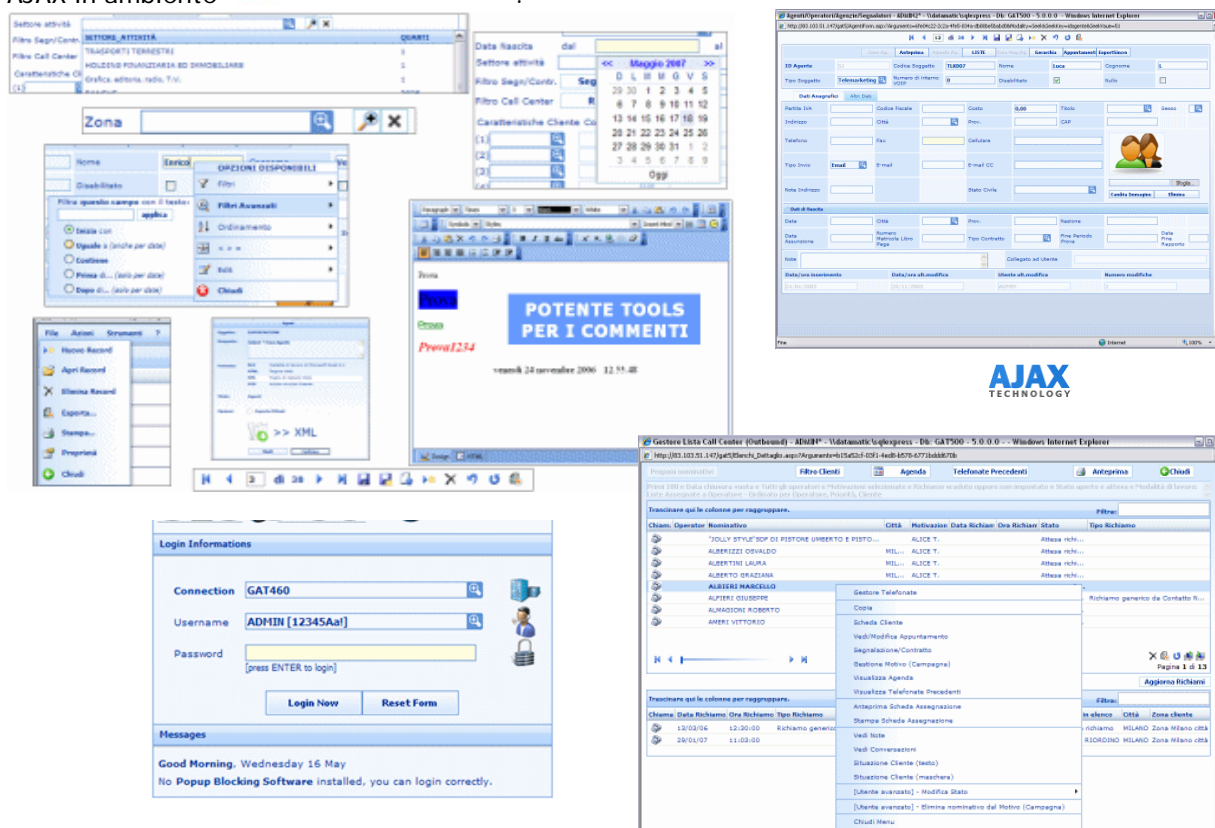
Sviluppi in corso...

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 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