



*La piattaforma di Business Intelligence per la
GOVERNANCE COMMERCIALE*

"Difficile non è sapere, ma saper far uso di ciò che si sa"
(Han Fei)





La filosofia di base

Lo studio delle politiche commerciali è l'argomento a cui sempre più le aziende stanno dedicando la massima attenzione, nella convinzione che attraverso una pianificata e consapevole programmazione si individua il miglior percorso per **creare stabilmente valore in azienda**. L'esigenza che ne consegue è quella di uno strumento che permetta di organizzare, elaborare e rendere fruibili, tutte le informazioni disponibili, al fine di supportare la direzione nell'interpretazione dei fenomeni di mercato e nell'orientamento delle risorse. **SALES** è la soluzione.

È esattamente in quest'ottica (ma non solo) che si presenta, offrendo un approccio che allarga gli orizzonti, grazie a strumenti di analisi che evidenziano gli eventi associati alle vendite da più punti di vista. Uno dei principali pregi della piattaforma è infatti quello di **contribuire a creare una cultura strategico/operativa** sui metodi di lettura delle informazioni aziendali inerenti l'attività commerciale.

SALES è un prodotto completo che oltre ad agevolare l'operatività della rete commerciale e snellire la comunicazione interaziendale, rappresenta al tempo stesso un "*termometro che controlla lo stato di salute*" della propria attività.



A chi è rivolto

SALES è uno strumento prezioso per chi intende controllare e gestire in piena consapevolezza la funzione commerciale. La piattaforma rappresenta uno strumento unico nel suo genere per completezza e versatilità e si rivolge sia al settore **finanziario** (banche, assicurazioni e intermediari finanziari) , che **industriale**.

La sua trasversalità è sicuramente uno dei punti di forza. L'applicativo è in grado di soddisfare le esigenze dei vari operatori in funzione del ruolo ricoperto, anche in presenza di reti commerciali estremamente complesse.

Per il **Top Management**, sono a disposizione accurati strumenti di *reportistica* e di *budgeting* .

L'area **Marketing** può contare sulla possibilità di gestire *campagne* e *sondaggi* con *tecniche di CRM*.

Le **Business Unit** dispongono di numerosi *Tableau de bord* e funzioni per la *valutazione del personale*.

I **Sales Operators** oltre a un preciso monitoraggio del proprio *portafoglio*, sono dotati di strumenti a supporto del loro operato.

SALES è rivolto a chi intende anticipare il futuro.



Cos'è

SALES è un prodotto:

- di **Business Intelligence**, quindi, un insieme di modelli, metodi e strumenti rivolti alla raccolta sistematica del patrimonio di informazioni generate da un'azienda, alla loro aggregazione e analisi e infine alla loro presentazione in forma semplice.
- frutto dell'intensa collaborazione tra il laboratorio matematico **NEWSOFT** e il mondo accademico
- di **Customer Relationship Management** di tipo "*operativo*"
- di **Human Resource Management**
- **multiazienda e multibrand.**
- risultato dell'esperienza matura sul campo osservando alcune realtà di primaria importanza che hanno manifestato i loro bisogni e i loro desideri
- indispensabile per governare i nuovi modelli di rete di vendita costituiti da strutture complesse con operatori interni ed esterni
- utile per la segmentazione dell'anagrafe commerciale
- che utilizza e/o realizza un datawarehouse tematico.
- che si adatta ai diversi modelli organizzativi
- che si affianca e interagisce con gli altri applicativi presenti in azienda.



Perché sceglierlo

Le motivazioni che portano alla scelta di **SALES** sono molteplici:

- Per **osservare** e indirizzare l'azione commerciale
- Per **valutare** l'efficacia e l'efficienza della forza vendite
- Per **verificare** l'andamento dei budget
- Permettere al management di verificare la **coerenza della redditività** per area di business al fine di porre in essere interventi di sviluppo, ristrutturazione, mantenimento o abbandono.
- Per armonizzare e snellire le relazioni tra la Direzione e la Rete
- Permettere di osservare, misurare e migliorare gli aspetti qualitativi dell'azione di vendita
- Per avvicinare il management al cliente



Aspetti qualitativi

Tra gli strumenti e gli indicatori che possono contribuire a migliorare gli aspetti qualitativi dell'azione di vendita citiamo:

- **CGV (Coefficiente Globale di Vendita)** è un indicatore di qualità, ideato e realizzato dal laboratorio matematico **NEWSOFT**, che utilizzando fino a dieci variabili eterogenee fra loro (configurabili e parametrizzabili singolarmente) riesce ad attribuire ad ogni venditore (sales operator) un valore assoluto misuratore della proprie capacità;
- **Cross Selling** sebbene sia una tecnica commerciale che spinge la vendita allo stesso cliente di prodotti appartenenti a diversi product-group o famiglie, in **SALES** viene rappresentato come indice di diversificazione;
- **ABC Analysis** (analisi di Pareto) misura, tra l'altro, il grado di concentrazione dei volumi prodotti dall'azienda e consente di focalizzarsi sugli aspetti più importanti;
- **Customers Retention Rate** è un indicatore che misura il grado di fidelizzazione della clientela e che riesce, attraverso la misurazione della latenza, ad individuare i clienti che si stanno per perdere;
- **LTV (Life Time Value)** in termini monetari un cliente vale non solo per quello che acquista oggi, ma per tutto il potenziale di acquisti che può esprimere nel corso degli anni. Le implicazioni in termini di marketing, operations e customer care sono notevoli. Il LTV e' uno dei modi per calcolare il valore di un cliente nel corso del tempo.



Conoscere il Mercato

Le politiche commerciali sono condizionate dalle caratteristiche del mercato di riferimento. Inevitabilmente, una buona conoscenza dello stesso consente di sviluppare strategie più efficaci.

Basandosi su questa consapevolezza **SALES**, tramite la gestione di questionari e contatti, accoglie le caratteristiche del mercato obiettivo e mediante algoritmi di **clusterizzazione** e analisi delle variazioni, desume le sue caratteristiche fornendo un'informazione elementare, ma preziosa per l'elaborazione di efficaci azioni di vendita.

Al fianco di funzioni cognitive, trovano spazio funzioni dispositive che garantiscono la gestione delle relazioni con i clienti, e se necessario, di sollecitare l'interazione tra il Sales Operator ed il cliente stesso.

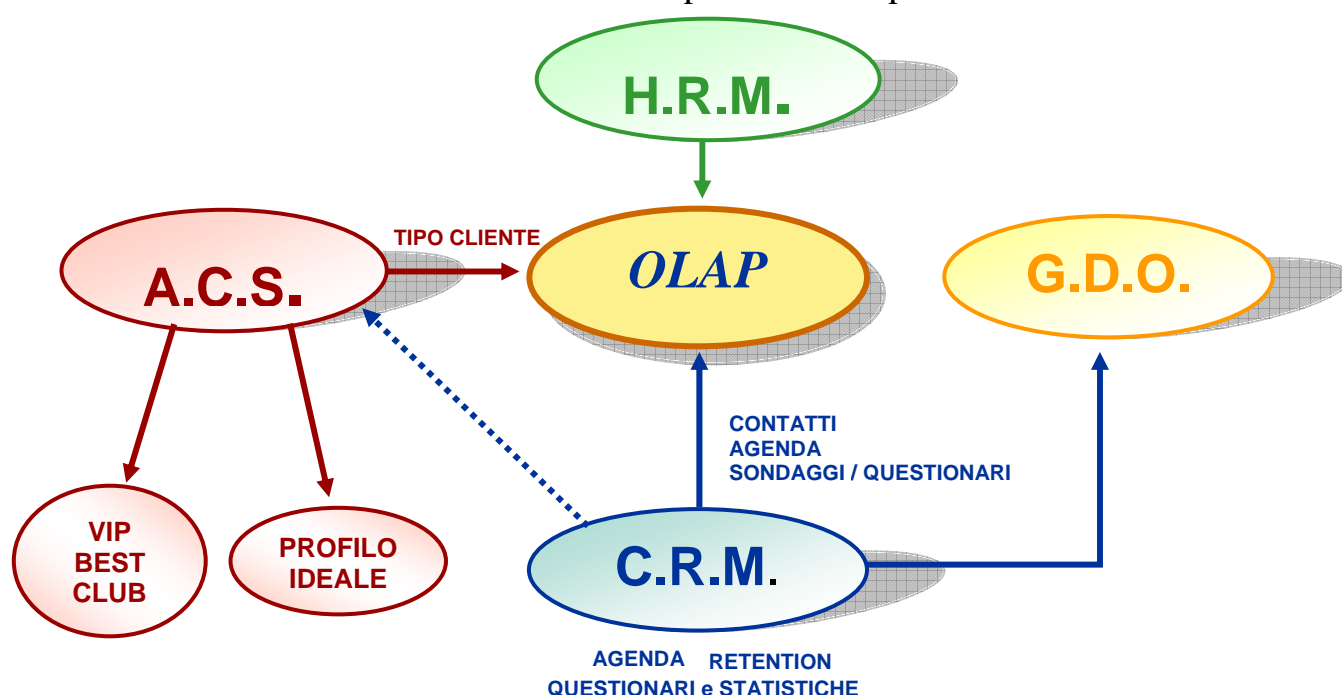
Una buona interazione con la clientela è di importanza strategica all'interno della rete commerciale classica, ma vitale per reti virtuali e/o miste.



Architettura Funzionale

SALES è costituita da un modulo base **OLAP**, che rappresenta il cuore dell'applicativo con le principali funzionalità di reporting, budgeting, analisi dei costi e della rete commerciale, al quale si innestano funzionalità aggiuntive quali:

- ⊙ **C.R.M.** (Customers Relationship Management) che consente di gestire le relazioni con la clientela;
- ⊙ **H.R.M.** (Human Resource Management) strumento orientato alla valutazione degli elementi distintivi degli operatori in relazione al loro inquadramento.
- ⊙ **A.C.S.** (Anagrafe Commerciale e Segmentazione) che permette la gestione dei dati della clientela, necessari in un ottica di CRM analitico.
- ⊙ **G.D.O.** (Grande Distribuzione Organizzata) che consente la gestione dei rapporti con le diverse forme di Distribuzione Organizzata e determina l'economicità delle scelte prese e/o da prendere.

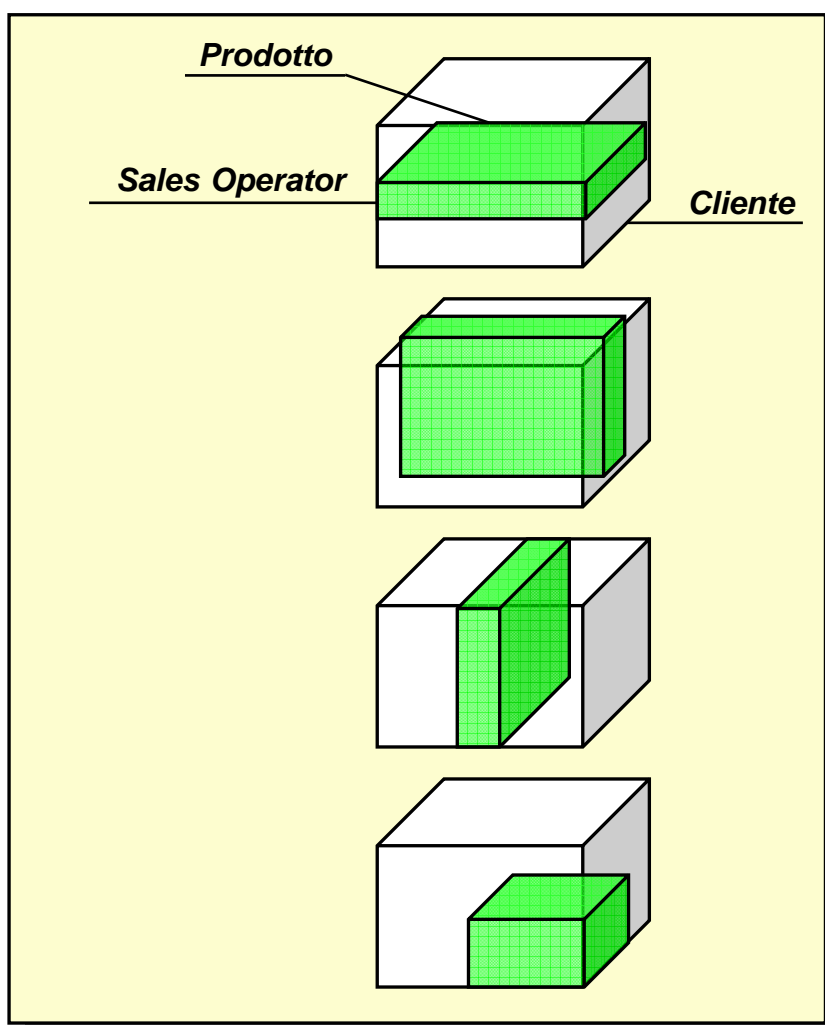




Architettura dei dati

SALES definisce e realizza un database multidimensionale che consente una facile navigazione fra i dati su differenti prospettive e che ha tra le informazioni principali:

- ⊙ *il tempo*
- ⊙ *i Sales Operator (agenti, venditori, negozi, ecc.)*
- ⊙ *i prodotti*
- ⊙ *la segmentazione dei prodotti*
- ⊙ *i canali distributivi*
- ⊙ *i clienti*
- ⊙ *la segmentazione dei clienti*
- ⊙ *il territorio*





per la gestione della Funzione Commerciale



Riferimenti

NEWSOFT srl

sede legale

piazza IV Novembre 4 20124 - MILANO
phone 02.67165605
fax 02.67165266

software farm

Viale Otranto, 47/a 73100 - LECCE
phone 0832.275111
fax 0832.275500
e-mail info@newssoftsrl.it

filiali operative

via deserto di Gobi 13/19 - 00144 - ROMA
piazza Conca d'Oro, 15 - 00141 - ROMA
viale Navigazione Interna, 51 sc A - 35129 - PADOVA