



### La profilazione

Si ha la facoltà di:

- ☑ definire le etichette dei campi variabili di base, di tipo stringa, data o numerico;
- ☑ definire le etichette di un set di indicatori (SI/NO);
- ☑ selezionare quali indicatori e campi visualizzare nei pannelli di ricerca dei soggetti;
- ☑ definire un profilo che contiene fino a venti caratteristiche di tipo stringa, data, numero o tabella;
- ☑ associare un profilo ai soggetti InteGRA (es. i clienti);
- ☑ effettuare ricerche sui soggetti in base ai campi esposti in fase di configurazione: i risultati possono originare liste di distribuzione, che a loro volta diventano elementi di ricerca.

La scheda di un soggetto CRM, oltre a ereditare i campi aggiuntivi definiti in configurazione, contiene anche:

- ☑ una scheda compilabile online, che ha lo scopo di raccogliere note libere relative al singolo soggetto;
- ☑ una serie di informazioni relative alle politiche di sconto applicate al cliente.

### Le visite

E' possibile:

- ☑ definire la periodicità di attività sul singolo soggetto;
- ☑ attivare il calendario automatico degli impegni in base alla periodicità definita;
- ☑ variare le singole date con opportune note.

L'utente che deve effettuare tali attività (*tipicamente l'agente*) viene preavvisato mediante alert su InteGRA prima della scadenza della periodicità e invitato a compilare poi le attività svolte sui soggetti di sua competenza. È comunque possibile continuare ad inserire le attività nell'agenda appuntamenti dei soggetti in modo indipendente rispetto al calendario visite. Mediante un'apposita funzione, il responsabile tiene monitorate le attività commerciali svolte dai suoi addetti.

### Ambienti supportati

<b>Sistema operativo</b>	☑ Linux ☑ Windows	☑ Linux ☑ OS/400
<b>Application Server</b>	☑ Tomcat	☑ IBM Websphere
<b>Database</b>	☑ PostgreSQL	☑ IBM DB2 ☑ IBM DB2 UDB

### CRM (Customer Relationship Management)

La fidelizzazione del cliente è oggi una necessità che ci permette di conoscerlo, di capirne le esigenze, di prevenirne i bisogni e quindi renderlo soddisfatto. Il CRM – Customer Relationship Management – è la risposta a questi bisogni, è una strategia aziendale.

INTEGRA.CRM è un modulo opzionale di InteGRA che consente di gestire le relazioni con i clienti, uno strumento necessario per monitorare l'attenzione sui business partner. Studiato per gestire soggetti, informazioni commerciali o di marketing aggiuntive rispetto allo standard anagrafico di InteGRA, il modulo consente di PROFILARE (*in modo libero o tabellato*) i soggetti presenti del database di InteGRA, così da favorirne azioni di ricerca, la costruzione mirata di liste di distribuzione, ecc.

È possibile pianificare e controllare VISITE programmate sui soggetti con relativa compilazione da parte degli addetti incaricati (es. *agenti*).

E' inoltre possibile controllare in modo omogeneo le TRATTATIVE commerciali in corso, chiuse o perse.



### Le trattative

Per quanto riguarda le trattative, occorre definire dapprima le aree e sotto-aree di interesse, nonché le motivazioni di perdita che si vogliono poi monitorare. Quindi occorre attivare a menù la funzione di inserimento per gli addetti coinvolti nella compilazione delle trattative, mentre quella di monitoring per il loro responsabile.

La compilazione e la visibilità delle trattative si basano sul concetto standard di "ruolo" in InteGRA, per cui un utente vedrà solo i soggetti per cui è abilitato.

Ogni trattativa è caratterizzata da:

- ☑ Cliente e Agente
- ☑ Data di apertura
- ☑ Riferimento offerta
- ☑ Ambito (*area e dettaglio*)
- ☑ Breve descrizione
- ☑ Confidenza (10, 20, ... , 100)
- ☑ Altri settori eventualmente coinvolti (es. *pre-sales*)
- ☑ Previsione: data possibile chiusura, valori attesi (*divisi per prodotto, ricorrenti e servizi*), margine atteso
- ☑ Chiusura positiva: data di chiusura, valori finali (*divisi per prodotto, ricorrenti e servizi*), margine finale
- ☑ Perdita: data di chiusura negativa, motivazione, note
- ☑ Fino a cinque documenti collegati

Tutto ampiamente personalizzabile.