

ERP: l'area vendite

Obiettivi

Gestisce le caratteristiche commerciali dei prodotti e dei clienti e di fornire un supporto informativo per le funzioni operative.

Nei sistemi più evoluti sono presenti funzioni per gestire:

- Gruppi d'acquisto
- Ordini aperti
- ecc.

Strutture di base

Le strutture di base sono:

- Le anagrafiche di clienti e prodotti
- Le strutture dati come listini, sconti e rapporti
- I documenti di processo
- I piani di processo come i piani di spedizione e di fatturazione

Anagrafica commerciale

1. Clienti e contatti commerciali

Sono le informazioni di natura commerciale relative ai clienti.

2. Prodotti in vendita

I prodotti in vendita, si dividono in due categorie: prodotti fisici e servizi.

Condizioni commerciali

Sono tutte le relazioni che regolano i rapporti commerciali, i listini, le condizioni di sconto e le condizioni di agenzia.

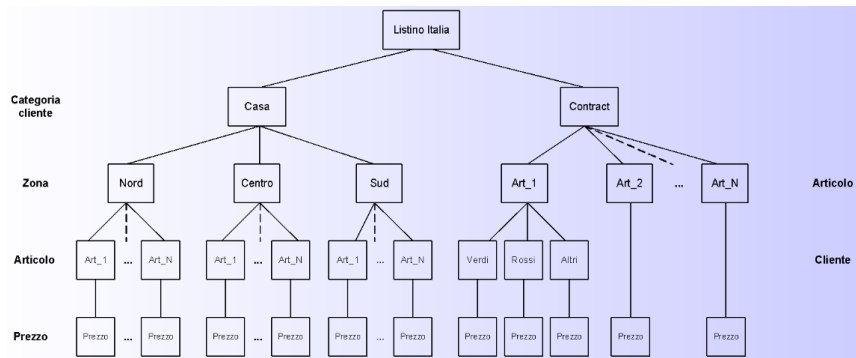
1. Listini di vendita

Sono la collezione dei prezzi degli articoli e degli elementi che ne concorrono alla modifica, come:

- Il cliente
- L'articolo
- La valuta
- La data nella quale viene effettuata la valutazione

I SI più semplici permettono una definizione tabellare del listino, mentre quelli più evoluti permettono di definire un algoritmo per inserire le scelte operative.

In generale questi algoritmi scendono un albero decisionale, oppure ad un livello superiore anche un grafo orientato.



I listini sono soggetti a non poche complicazioni.

- Il prezzo espresso come una maggiorazione/diminuzione rispetto ad un altro anzichè come valore puro.
- Definizione a scaglioni.
- Alta varianza in termini temporali.

2. Condizioni di scontistica

Molte aziende preferiscono operare con listini semplici ma condizioni di sconto complesse, difficilmente si vedono sistemi misti.

Gli elementi che influenzano lo sconto:

- Cliente
- L'articolo
- la data in cui ci si trova

La lista delle scontistiche può incorrere in complessità se:

- Si verificano più scontistiche a cascata
- Gli sconti sono definiti a scaglioni
- Si utilizzano sconti composti

3. Condizioni di agenzia

Definiscono i rapporti con chi fa da intermediario tra il cliente e l'azienda nelle vendite.

La logica di base è simile a quella dei listini e delle scontistiche, però qui gli elementi in gioco sono più numerosi.

Le condizioni sono legate a: clienti, articoli e modalità di pagamento.

Come nei precedenti casi ci possono essere degli elementi che fanno aumentare la complessità:

- Applicazione a cascata di provvigioni.
- La definizione di scaglioni per le provvigioni.

Documenti di processo

Tutti i documenti di processo hanno una struttura simile, si differenziano solitamente da dati non utilizzati o non definiti.

1. Testa dei documenti

I dati fondamentali dei documenti possono essere scomposti in base alla collocazione logica

- **Identificazione documento:** protocollo, data di inserimento e conferma, stato, ecc.
- **Identificazione cliente:** cliente di riferimento, indirizzi aggiuntivi, id del cliente
- **Condizioni commerciali:** cliente da fatturare, valuta, modalità di pagamento, ecc.
- **Spedizione:** tipo di trasporto, aspetto esteriore del bene, ecc.
- **Dati generali:** tipo di movimentazione logistica, tipo di IVA, ecc.

2. Righe dei documenti

Sono i dati ripetuti e quindi più numerosi negli archivi.

- **Identificatori riga:** numero di riga, stato della riga, ecc.
- **Identificatori del prodotto in vendita:** codice articolo, codice commerciale, ecc.
- **Spedizione:** colli, data di consegna, ecc.
- ecc..

3. Piedi del documento

Sono i dati totalizzanti, che possono essere estrapolati solo a valle della definizione.

- Testi od oggetti allegati
- Condizioni finali
- Sconto complessivo
- Sconto finanziario
- ecc.

Piani di processo

I piani di processo sono raggruppamenti in righe dei documenti usati per definire in blocco altri documenti utili.

1. Piano di spedizione

Definisce una spedizione di prodotti che vanno mobilitati in un unico passaggio.

2. Piano di fatturazione

Raggruppa tutte le righe dei DDT in un unico passaggio, anche in questo caso gli ERP mettono a disposizione delle funzioni apposite per la creazione.

Procedure di base

Le procedure di base al supporto delle vendite sono di due tipi, quelle che supportano il flusso esecutivo e quelle che forniscono le principali analisi.

Procedure di flusso

- **Preventivazione**
- **Raccolta ordini:** via diretta, differita o online
- **Spedizione:**
- **Fatturazione:** concettualmente automatico ma altamente critico.

Procedure di analisi

Tutti i sistemi ERP mettono a disposizione strumenti di reporting per analizzare il flusso attivo.

Solitamente gli elementi analizzati sono : ordinato, fatturato e marginalità.

Flussi evolutivi

In molti casi i processi di base non sono sufficienti a supportare le esigenze di un'azienda, soprattutto se l'azienda opera nella grande distribuzione.

Quando le esigenze informative sono spinte l'azienda si muove verso soluzioni verticali.

Condizioni commerciali

- **Gruppi d'acquisto**
- **Accordi quadro** Vengono stabiliti dei prezzi, condizioni di sconti, premi per vendite.
- **Orini aperti** Sono ordini che si trovano a monte, articoli che il cliente si è impegnato a comprare.

Processi

- Controllo e validazione
- Outsourcing delle spedizioni
- Meccanismi alternativi di emissione dei documenti

Estensioni degli ERP

Negli ultimi tempi si è creato il termine ERP II.

Riconoscendo una nuova fase, nella quale gli ERP dialogano sempre di più con servizi esterni.

1. CRM

Trattano e organizzano i dati dei clienti e prospect.

- Allargare il portafoglio dei clienti.
- Conoscere il mercato e i bisogni.
- Mantenere traccia delle attività.
- Fidelizzazione clienti.

I sistemi CRM interagiscono con gli ERP nei punti estremi del flusso attivo.

I dati raccolti sono estremamente strategici per le aziende.

2. E-commerce

E' un canale aggiuntivo e parallelo alla vendita, svincola dalla presenza di un operatore intermedio.

Spesso gli e-commerce fungono sia da B2B a B2C.