

LA GESTIONE DEI DOCUMENTI

Le aziende come gestiscono i propri documenti?



OBIETTIVI



Capire qual è il formato dei documenti e quali sono i principali tipi di documenti

Saper scrivere una lettera commerciale aziendale usando Word

Gestione dei font in un documento aziendale

Erigere manuali aziendali professionali

Valutare il feedback degli utenti attraverso la somministrazione di sondaggi

3 IL FORMATO DEI DOCUMENTI

IL FORMATO DEI DOCUMENTI

Un documento informatico viene associato a uno specifico formato attraverso due modalità:

- L'estensione
- Il magic number

L'ESTENSIONE

Il nome del documento è composto da due sequenze di caratteri separati dal punto:

- La prima è stabilita dall'utente che gestisce il documento
- La seconda ha un valore specifico che identifica il formato del file

L'ESTENSIONE

Lettera.docx

Immagine.jpg

Tabella.xlsx

IL MAGIC NUMBER

Rappresenta una serie di byte posti all'inizio della sequenza binaria del file

- I file con lo stesso formato hanno lo stesso magic number

MAGIC NUMBER

MAGIC NUMBER	FORMATO
25 50 44 46	PDF
FF D8 FF	JPG
4D 5°	EXE

MA CHI DECIDE IL FORMATO?

Il formato da assegnare ad un documento lo decide direttamente l'applicazione che state usando per creare tale documento

- Word assegna a tutti i suoi file il formato .docx per default

CARATTERISTICHE DEI FORMATI

Apertura
(standardizzazione)

Sicurezza

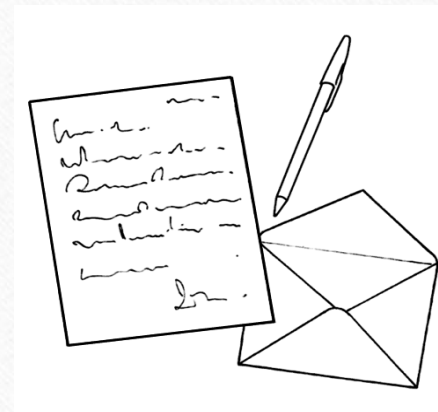
Portabilità

Funzionalità

Diffusione

LETTERA COMMERCIALE

Come comunicare con le altre aziende?



LETTERA COMMERCIALE

Nel momento in cui si ha la necessità di interagire con una o più aziende, il tono da utilizzare nelle comunicazioni deve essere il più professionale possibile

- C'è bisogno di uno standard per comunicare

ELEMENTI DI UNA LETTERA



IMPAGINAZIONE LETTERA

I margini della pagina non devono mai essere inferiori ai 2 cm

Il font deve essere sempre lo stesso, tra 10 e 14

All'interno di ogni blocco, ci deve essere una distanza di un'interlinea singola

Tra blocchi, distanza di 2 o 3 interlinee

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

SCELTA DEL FONT

Con grazie (Times New Roman, Georgia)

- Includono piccole appendici che conducono le linee verso la lettera successiva
- Agevola la lettura su carta e rende i caratteri più belli, soprattutto nel caso di paragrafi lunghi e densi

Senza grazie (Arial, Verdana, Helvetica)

- Adatti al corpo degli articoli
- Sono più incisivi nel riprodurre i titoli

ESEMPIO DI LETTERA COMMERCIALE

Nome mittente

Data e ora
Nome destinatario

Oggetto

Apertura della lettera - A letterhead is the heading at the top of a sheet of letter paper (stationery). That heading usually consists of a name and an address, and a logo or corporate design, and sometimes a background pattern. The term "letterhead" is often used to refer to the whole sheet imprinted with such a heading. Many companies and individuals prefer to create a letterhead template in a word processor or other software application.

This generally includes the same information as pre-printed stationery but without the additional costs involved. Letterhead can then be printed on stationery (or plain paper) as needed on a local output device or sent electronically. That heading usually consists of a name and an address, and a logo or corporate design, and sometimes a background pattern. The term "letterhead" is often used to refer to the whole sheet imprinted with such a heading.

Conclusione

Firma autore

Allegati
Iniziali

MITTENTE

Ragione sociale o cognome o nome

Indirizzo (via, numero civico, CAP, città)

Numero telefono, e-mail, sito web

Numero di codice fiscale e/o partita IVA

Logo aziendale

INDICAZIONI PARTICOLARI

Specificano il tipo di lettera

- Raccomandata (a.r.)
- Espresso
- Riservata
- Personale
- Protocollo (per pubblica amministrazione)

LUOGO E DATA

Va esplicitato tutto su un'unica riga

La data deve essere scritta per esteso e va preceduta dall'indicazione del luogo di invio della lettera, separata da una virgola

DESTINATARIO

Preceduto da un appellativo:

- *Spettabile* (nel caso di un Ente)
- *Egregio* o *Gentile/issimo* (nel caso di un Signore, Dottore, ecc.)
- *Gentile/issima* (nel caso di una Signora, Dottoressa, ecc.)

OGGETTO

Sintetizza in poche parole il contenuto della lettera

Rende più facile il lavoro di archiviazione

CORPO

Contiene il contenuto effettivo della lettera

Può essere preceduto da un'apertura in cui si richiama l'attenzione del destinatario (solo persone fisiche)

CHIUSURA E SALUTI

Certo di un Suo riscontro

Porgo distinti saluti

RingraziandoVi per la Vostra cortesia,
Vi porgiamo i nostri migliori saluti..

DICITURA-FIRMA

Ragione sociale

Ufficio dal quale parte la lettera

Nome e cognome di chi emette la lettera o di chi è delegato a farlo

Firma autografa

ALLEGATI

Eventuale elenco dei
documenti allegati alla
presente lettera

SIGLE

Indica le iniziali della persona che ha redatto la lettera (in maiuscolo) e della persona che l'ha digitata (in minuscolo)

Le prime vanno separate dalle seconde da una barra (SP/gp)

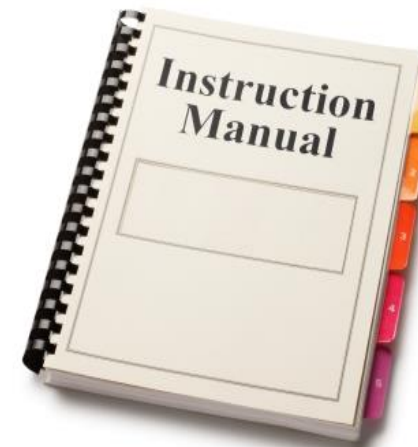
ESERCIZIO

Immagina di dover scrivere alla Mondadori per ordinare dei libri scolastici

- Scrivi una lettera commerciale in cui elenchi i libri che ti servono
- Cerca le informazioni necessarie per il destinatario
- Segui le indicazioni delle slide precedenti
- Al termine del lavoro invia la lettera al tuo professore

28

I MANUALI



I MANUALI

Servono a documentare il corretto utilizzo di apparecchiature e servizi

Sono documenti molto professionali e devono essere facile da comprendere

LINGUAGGIO DEI MANUALI

Spiegazioni chiare e semplici, cercando il più possibile di evitare terminologie specifiche

Deve incoraggiare il ragionamento degli utenti (es. raggruppamento per funzionalità)

Accompagnare i termini specifici con una spiegazione o delle alternative grafiche

UTILIZZO

Devono fornire soluzioni a problemi specifici

Se il problema è complesso, è opportuno scomporlo in sotto-problemi più semplici

- Elenca ogni parte con le istruzioni su come risolverlo
- Disponi in sequenza

PARTI ESSENZIALI

Copertina

Frontespizi (uno per ogni sezione)

Sommari e indici

Copyright (dietro la copertina)

Come usare la guida

Metodi (visione d'insieme → cosa fare → quali risultati si dovrebbero ottenere)

Materiali aggiuntivi (suggerimenti, domande frequenti, appendici, ecc.)

ALTRE CARATTERISTICHE

Leggibilità

Impaginazione

Modello

34 FEEDBACK E QUESTIONARI



QUAL È L'OBIETTIVO DELLE AZIENDE?

È sempre stato quello di aumentare il numero dei clienti

Oggi esiste anche il concetto di **fidelizzazione**

- Insieme delle operazioni di marketing volte al mantenimento della clientela già esistente e si realizza principalmente attraverso una serie di strategie destinate a creare il più elevato grado di soddisfazione del cliente

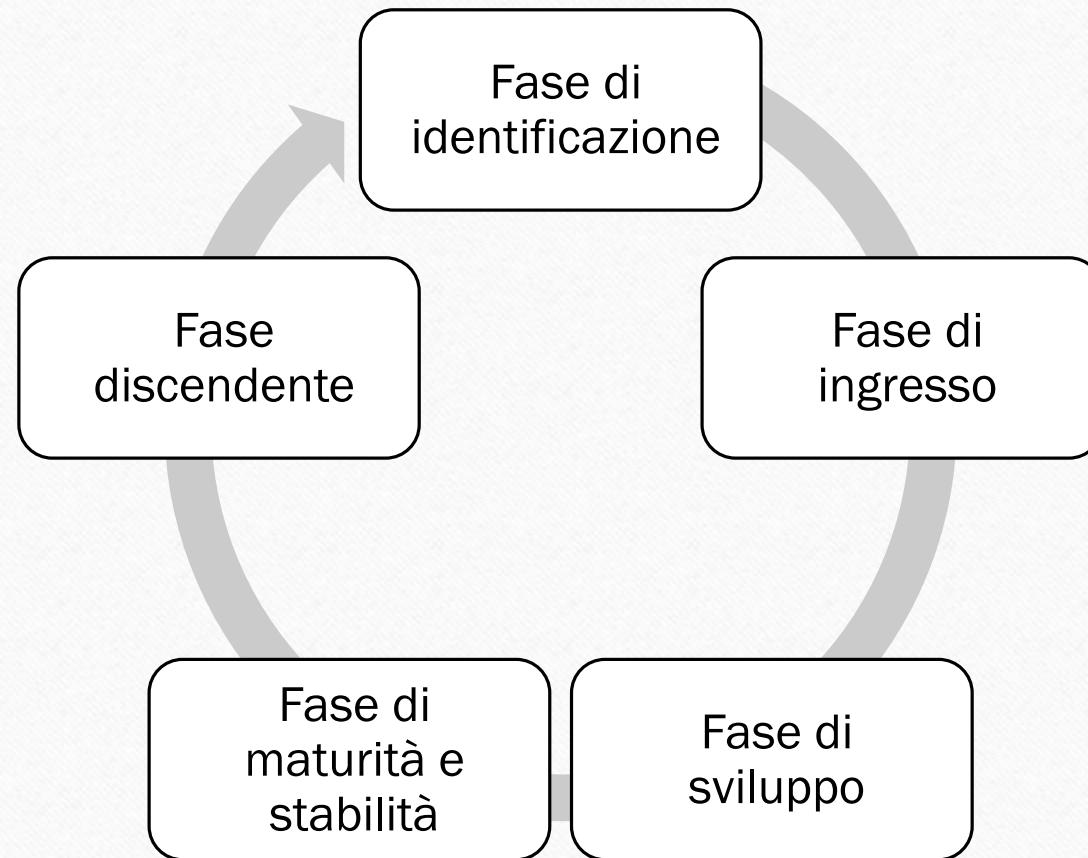
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Hanno come elemento centrale il cliente e la sua fidelizzazione

Permettono di

- Effettuare l'analisi dei processi di vendita
- Fare operazioni di segmentazione della clientela
- Di ottenere informazioni sui clienti attuali e potenziali

RELAZIONE CLIENTE- AZIENDA



TIPI DI CRM

Operativo

- Si identificano i canali di contatto opportuni per raggiungere il target
- Pianifica e struttura le linee di contatto in modo da renderle omogenee

Analitico

- Personalizza il marketing al cliente
- Estrae e rende disponibile le informazioni sui clienti
- Reporting, analisi e simulazione

STRUMENTO DI RACCOLTA DATI

Lo strumento maggiormente usato per raccogliere dati sui clienti è sicuramente il **questionario**

- Obiettivi generali
- Argomenti
- Realizzazione delle domande

TIPI DI DOMANDE

Chiuse

- Dicotomiche
- Politomiche
- Scale numeriche
- Scale verbali
- Multiple

Aperte

CONSIGLI SUI QUESTIONARI

Evitare di portare l'intervistato su comportamenti generici, ma ricondurlo su azioni da svolgere

Non fare domande su argomenti quando non si è sicuri che l'intervistato possa conoscerli

Il questionario è rivolto ad uno specifico target, perciò bisogna utilizzare una terminologia appropriata

Non fare riferimento a periodi temporali troppo lunghi, i ricordi lontani possono essere imprecisi

Evitare domande in cui l'intervistato deve fare dei calcoli che potrebbero generare errori

Dalla domanda deve scaturire una sola informazione, evitare dunque che contengano al loro interno la richiesta di più di un'informazione

ESERCIZIO

Crea un questionario per valutare un qualche aspetto della vita scolastica

- Utilizza Google Moduli
- Utilizza quante più tipologie di domande possibili
- Hai una settimana di tempo per raccogliere risposte e dare un feedback al professore



GOOGLE MODULI



Drive



Sheets