Analisi CRM su iDempiere

**INDICE**

[**Introduzione**](#_m0tutx5nj7g0) **4**

[**Processo CRM**](#_9zssmif9raph) **5**

[Attività di Profilazione](#_8fh4m8km0k4r) 7

[Gestione del fido](#_f8p6rmwuzrx9) 7

[Gestione appuntamenti passivi](#_j1kho6l9nsxl) 8

[Gestione feedback cliente](#_nezx4jyoeqxr) 8

[Gestione dell’intervista lead](#_bev02u94tm14) 8

[Gestione del Lead “iscritto” a più campagne marketing](#_n25xj4wmxirj) 8

[**Integrazione Clickatell per invio SMS**](#_hdljd8gve3m) **10**

[**Gruppi statistici**](#_qb6co5y4ruk3) **11**

[Caso d’uso n. 1](#_lx92kqvq0sda) 12

[Caso d’uso n.2](#_k8ksii4fapxd) 14

[Caso d’uso n. 3](#_m8rwzfsvznf5) 14

[**Gli attributi**](#_dijpm48x1rsj) **15**

[Valori Attributi](#_47j9xyh7sd7b) 15

[**Gruppi Attributi**](#_7502h3wr3pup) **16**

[**Gestione Campagna di Marketing**](#_j28359w4s4kz) **17**

[1.1 Maschera Campagna di Marketing](#_84cdoyx4qdjv) 17

[1.2 Integrazione MailChimp](#_wsv6zwkxmsed) 18

[1.3 Integrazione WordPress](#_niw7vqvclt7j) 18

[1.4 Integrazione Woocommerce](#_cam1suz1ov94) 18

[1.5 Integrazione CALDAV + Calendario Interno](#_3n6cye7h4l89) 18

[**2. Gestione Lead**](#_cnjftd4efqn8) **18**

[2.1 Maschera Lead](#_1vq4b5384gtb) 18

[2.2 Conversione in Business partner](#_4hr95brhvwsf) 19

[2.2 Conversione in BP -> Creazione Opportunità](#_os9ox323wxn4) 19

[2.3 Attività / Appuntamenti /Telefonate /Email](#_yw4g88z2pb2w) 19

[2.3 Integrazione con Aree di Interesse](#_ju50ibgvo9s0) 20

[2.3 Info Contact Interset Area](#_mgm0dm80s0te) 20

# Introduzione

Ho svolto una campagna di marketing:

* come raccolgo i lead?
* come gestisco la privacy dei lead?
  + trattamento dei dati
  + attività di profilazione
  + attività di marketing
  + integrazione con software terzi per gestione privacy
* come profilo i lead?
* come conosco la loro fonte lead?
* Qual è la fonte che genera più lead?
* Qual è il valore del singolo lead?
* Il commerciale converte i lead in clienti?
* Come profilo i soggetti Business partner?

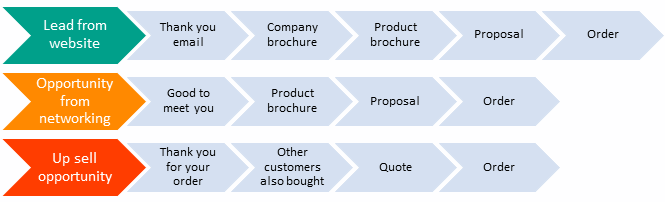
# Processo CRM

Il processo **CRM** ha inizio con il primo contatto con un potenziale cliente attraverso attività di marketing di tipo **push** (dall’azienda verso l’esterno) e di tipo **pull** (dall’esterno verso l’azienda).

Si svolge con la richiesta di informazioni commerciali, la cessione del bene/servizio e le attività di post-vendita come l’assistenza del prodotto/servizio, la misurazione della soddisfazione del cliente o altre attività di marketing per ravvivare la relazione commerciale.

Tutto questo è possibile grazie ad una corretta implementazione del processo aziendale CRM (Customer Relationship Management).







## Attività di Profilazione

* **Risorse:** intese come risorse umane e risorse strumentali
* **Business Partner:**
* **Prodotti** (attraverso la gestione degli attributi?): articoli / asset / risorsa / servizio / tipo di spese

## Gestione del fido

La **gestione del fido** è un molto importante degli aspetti commerciali.

Offre una panoramica sull’aspetto finanziario del cliente. Aiuta a prevenire situazioni spiacevoli che possono influenzare negativamente sugli affari.

E’ molto utile per avere traccia delle possibili **variazioni** del fido nel tempo. Possono cambiare anche molto repentinamente.

* Funzione di filtro avanzata che permette di estrarre i Business Partner con limiti di fido diverso. L’estrazione può essere fatta sulla data di scadenza dei fidi o sulla data dell’ultima revisione o per importo o intervalli di importo.
* Possibilità di revisionare i limiti di fido per uno o più Business Partner con aggiornamento della data dell’ultima revisione fido.

## Gestione appuntamenti passivi

segretaria che lavora per più organizzazioni può fissare appuntamenti per i commerciali, vedi MOM, minutes of meeting). RISOLTO

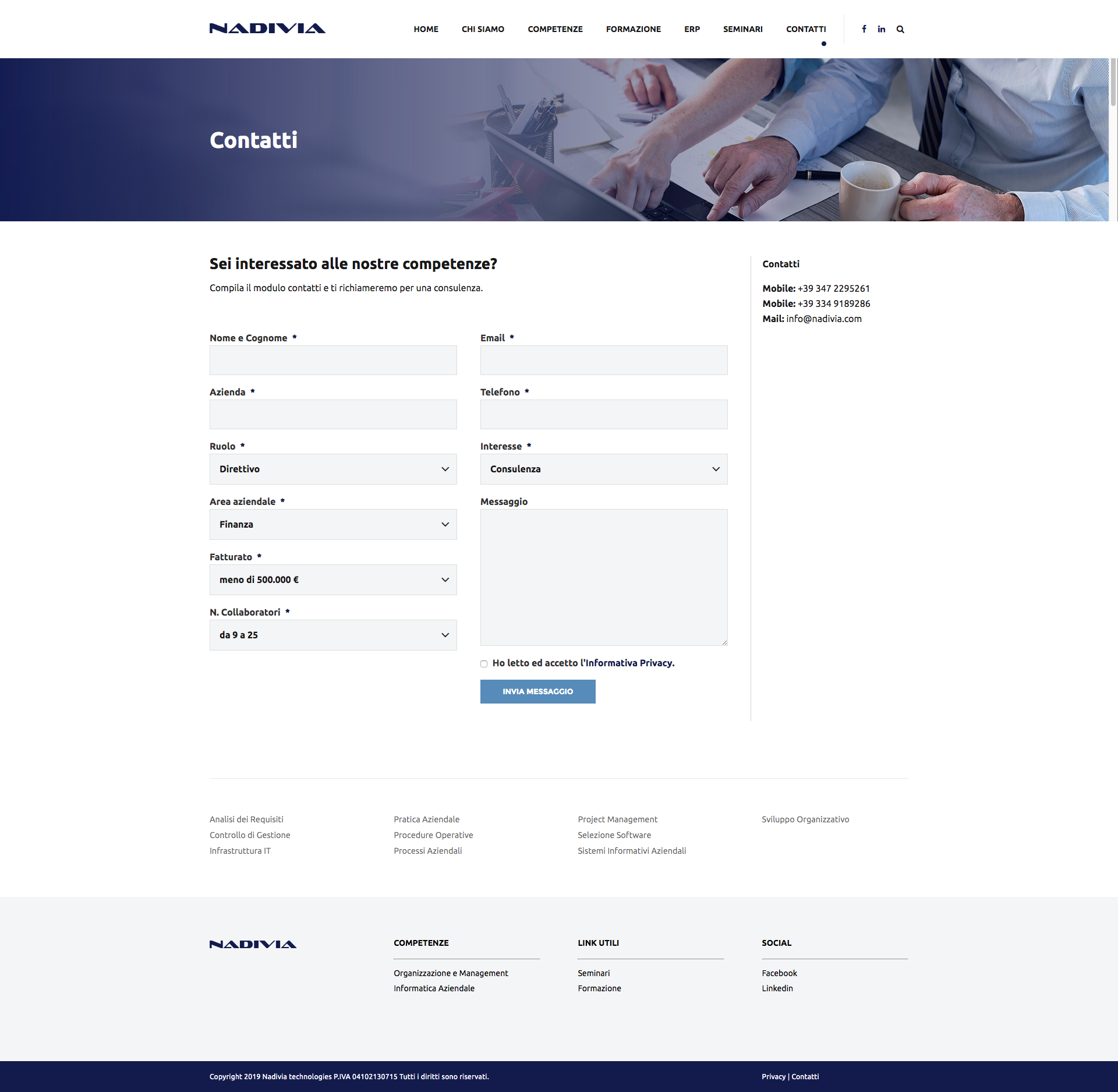
## Gestione feedback cliente

(rapportino di visita del commerciale)

## Gestione dell’intervista lead

* creare dei modelli ad albero di questionari che il commerciale deve porre al lead.

## Gestione del Lead “iscritto” a più campagne marketing

* abbiamo aggiunto la gestione “sottoscrizione” nella finestra del Business Partner che è integratore
  1. 

1. conversione lead
   1. la conversione genera:
      1. business partner
      2. opportunità

nella gestione lead / business partner / opportunità devo poter visualizzare:

* ordini (preventivi, ordini, DDT, fatture)
* ticket di assistenza
* conversazioni email
* origine lead (no zoom)
* stato lead (no zoom)
* campagna marketing
* rappresentante di vendita

Se il lead ha compilato un modulo di una pagina web:

* contatti
* newsletter

Integrazione con software terzi:

* Wordpress Plugin

<https://wiki.idempiere.org/en/Plugin:_Wordpress_Soap_integration>

* MailChimp Plugin idempiere consulting

# Integrazione Clickatell per invio SMS

http://api.clickatell.com/http/sendmsg?to=393491111990&text=XXXXXX&user=XXXXXXXX&password=XXXXXXX&api\_id=XXXXXXXX&from=ALIAS&req\_feat=16

# Gruppi statistici

Il **Gruppo Statistico** serve a profilare più dettagliatamente tutti i soggetti (clienti, fornitori). Serve sia all’**elaborazione statistiche** (ad esempio, l’andamento delle vendite o degli acquisti su alcune zone o su alcune classi di soggetto) o come condizione per attivare particolari funzioni di controllo e di calcolo (I gruppi statistici trovano un ulteriore utilizzo come campi supplementari per i documenti).

**“configurazione”** da utilizzare sia per la produzione di stampe sia per la ricerca di condizioni commerciali (ad esempio, listini, sconti, agenzie) da applicare al soggetto.

Sui gruppi statistici deve essere possibile impostare **strutture gerarchiche** che consentano di realizzare analisi statistiche più sintetiche o di realizzare meccanismi fini di validazione dei dati: ad esempio, è possibile definire i gruppi statistici “Continente e Paese“ e vincolare i valori del Paese a quelli del Continente, per realizzare una gerarchia in cui “Italia” sia subordinata al Continente “Europa”.

I gruppi statistici possono essere raggruppati in classi e ciò permette di associare una specifica classe di gruppi statistici a soggetti che agiscono in qualità di clienti o di fornitori, ecc... (in anagrafica soggetti).

ESEMPIO

è possibile definire i “gruppi statistici”:

* Continente
* Paese
* Città
* Quartiere
* Altezza
* Peso
* Posizione
* Dimensione
* Negozio
* Numero dipendenti

ESEMPIO: è possibile profilare un soggetto in base a dei gruppi statistici.

* professione: modella
* altezza: > 180 cm
* capelli: biondi
* occhi: azzurri
* continente: europa
  + nazione: italia
    - regione: puglia
      * città: Foggia

I gruppi statistici possono essere:

* **mono-livello:** con una profondità pari ad 1,
* **multi-livello:** con una struttura di profondità N.

## Caso d’uso n. 1

Creazione di gruppi statistici, aggregazione alle classi di gruppi statistici, assegnazione ad uno o più clienti o fornitori.



**Esempio**

Un utente del sistema può:

* creare uno o più gruppi statistici (nazionalità, altezza, petto, vita, fianchi),
* aggregarli ad una o più classi di gruppi statistici (modella),
* assegnarli ad uno o più soggetti (clienti o fornitori).

## Caso d’uso n.2

Un soggetto (cliente / fornitore) si registra nel sistema inserendo tutti i gruppi statistici assegnati.



## Caso d’uso n. 3

Conferma dei dati di profilazione da parte dell’utente.

# Gli attributi

L’obiettivo è dettagliare le caratteristiche degli articoli.

Utilizzo degli attributi

1. definizione del piano di codifica e del configuratore commerciale
2. definizione delle condizioni commerciali
3. inserimento/avanzamento dei documenti
4. ricerca/report

**Esempio:**

Il valore di un attributo può essere subordinato al valore assunto da un altro attributo valorizzato in precedenza.

## Valori Attributi

...

# Gruppi Attributi

**Esempio**

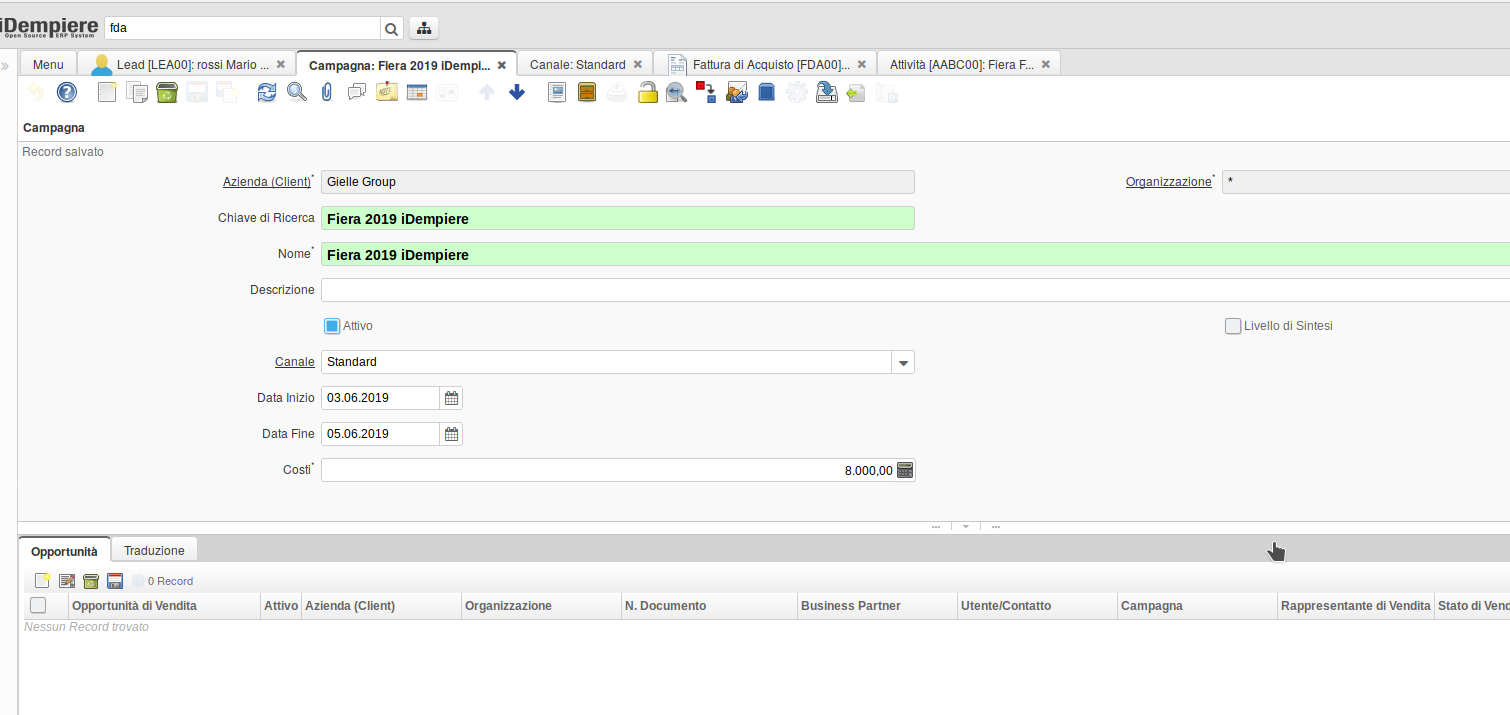
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nome | CF/PIVA | Città | Gruppo 1 | Gruppo 2 | Gruppo 3 | Gruppo 4 |
| x | Maria Rossi | 2384729347 | Milano | Europa | Italia | Puglia | Modella |
|  | Rushab Metha | NKNUY33 | Roma | Asia | India | Frappe | Attore |
|  | Cin Ciaw | 34342 | Honk Hong | Asia | Cina | A+ | B1 |
|  | Giovanna Celesti | 4234242 | Firenze | Europa | Italia | Toscana | Attrice |

TEST PROCESSO MARKETING

# Gestione Campagna di Marketing

## 

## **1.1 Maschera Campagna di Marketing**



TODO : Add Dimensioni Contabili Esempio :Attività + Progetto per linkare le fatture di acquisto OK su DEMO (voglio controllare i costi della fiera )

TODO : Add TAB Lead su Window Campagna OK su DEMO

Domanda : Stato del Lead : New - Working - Expired - Converted - OK TRADUZIONE !!! Default : New

TODO Add TAB Activity (sotto Lead) OK su Demo

Esempio :

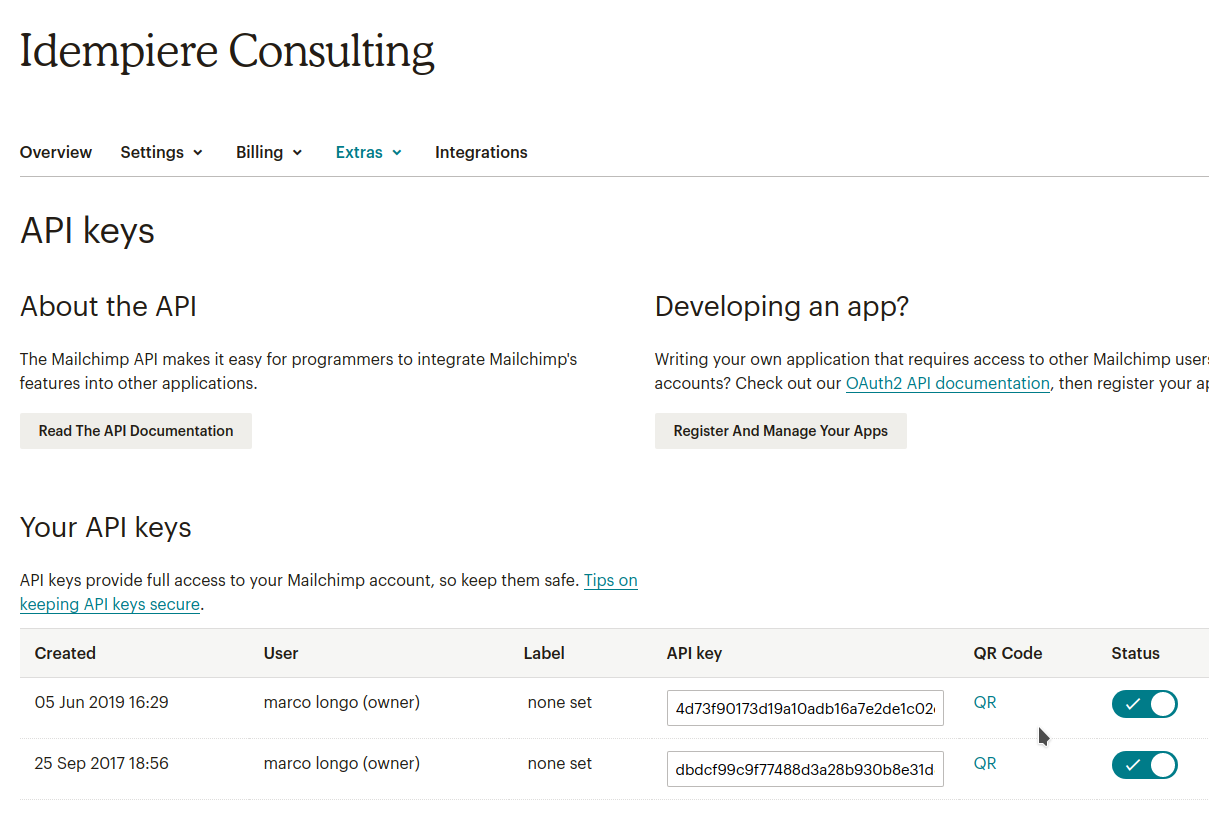
Il Cliente viene acquisito da questa campagna ma non è pronto all’acquisto..

* msg email invio brochure
* msg memo siamo alla prossima fiera di ravenna [Area di Interesse / Lista ML ) ->
* msg buon compleanno

## 1.2 Integrazione MailChimp

TODO : Installare Plugin INSTALLATO

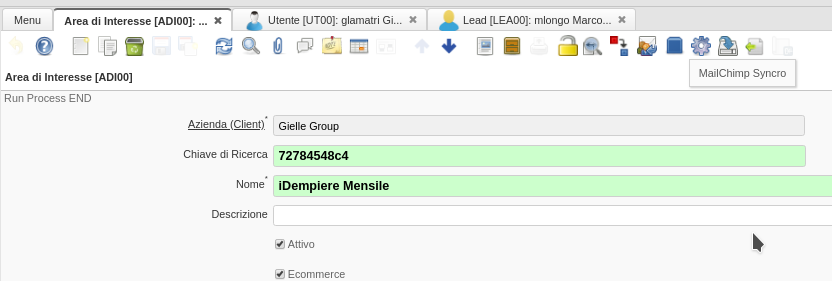
Creata Chiave API su MailChimp



copiati i dati sulla maschera CLIENT/AZIENDA



Andare su Area di Interesse :



Lanciare sincronizzazione

TO DO :

* leggere i dati del GDPR

AD\_USER :

TODO:GDPR- consenso trattamento dei dati (flag) Y/N (informativa) LIT\_GDPR\_BasicAllow

TODO : GDPR -profilazione (flag per ricezione offerte personalizzate) LIT\_GDPR\_Profiling

TODO : marketing (flag per invio comunicazioni sms, email) LIT\_GDPR\_SendAllow

* visualizzare il contatto come LEAD : ISSALESLEAD=Y
* visualizzare il LEAD come Sorgente : MAILCHIMP (ADD TO LIST)

TESTARE TABELLA CAMPI IMPORT

TO DO : Schedulare il processo

DOMANDA : Sincronizzazion DA MAILCHIMP - - - MASTER DATA ????

## 1.3 Integrazione WordPress

TODO : Installare Plugin INSTALLATO

## AGGIORNARE A VERSIONE 6.2

## 1.4 Integrazione Woocommerce

TODO : Installare Plugin INSTALLATO

## 1.5 Integrazione CALDAV + Calendario Interno

TODO : Installare Plugin INSTALLATO

# 2. Gestione Lead

## **2.1 Maschera Lead**

TODO : Riassetto campi a video Ok su DEMO

Valutazione Lead (tabelle per Zoom)

LIT\_LeadRating ADDED on LEAD Window

Added REFERENCE sulla LIT\_TABLE : LEADRATING

TODO : ADD CAMPO M\_PRODUCT\_id DEMO OK

TODO : ADD CAMPO LIT\_M\_Product\_Category\_ID demo ok

TODO creare campo Settore :  **LIT\_Industry**

TODO Fatturato SALESVOLUME (presente in BP)

TODO Numero collaboratori NUMBEREMPLOYEES (già in BP

TODO:GDPR- consenso trattamento dei dati (flag) Y/N (informativa) LIT\_GDPR\_BasicAllow

TODO : GDPR -profilazione (flag per ricezione offerte personalizzate) LIT\_GDPR\_Profiling

TODO : marketing (flag per invio comunicazioni sms, email) LIT\_GDPR\_SendAllow

TODO :Riportare i campo GDPR anche nella tab contatto del BP

* 1. fascia oraria di contatto preferita (orario) / appuntamento (data)
  2. appuntamenti (PER MARCO: recuperare appuntamenti + MOM)

## **2.2 Conversione in Business partner**

## **2.2 Conversione in BP -> Creazione Opportunità**

## **2.3 Attività / Appuntamenti /Telefonate /Email**

TAbella :

TODO : ADD CAMPO M\_PRODUCT\_id SOLO WINDOW xK già in TABELLA DEMO OK

TODO : ADD CAMPO LIT\_M\_Product\_Category\_ID demo ok

TODO : ADD Note DEMO OK

TODO : Integrare caledareio sulle activity CALDAV / integrazione Telegram / SMS

## **2.3 Integrazione con Aree di Interesse**

TODO : ADD TAB \_Rcontactintersert DEMO OK

## **2.3 Info Contact Interset Area**

SEND Email