**ALCUNI CASI D’USO LATO CRM**

**CRM – Modifica di un campo anagrafica**

AS-IS: La modifica di un campo anagrafica all’interno del CRM può avvenire in maniera automatica grazie al flusso di ritorno dei dati di aggiornamento anagrafica che arriva di notte da Magnews (attività di database enrichment), oppure in maniera manuale direttamente digitando la modifica su CRM.  
Tale modifica prendiamo per assunto che sia valida in quanto ultima (più recente in ordine di data) rispetto all’informazione già presente in CRM).

TO BE: tale modifica deve essere fatta direttamente nell’unica anagrafica generale dell’utente. Occorrerà prevedere se le due azioni sopra descritte debbano andare ad insistere su CRM o direttamente su GIM.

**Cancellazione utente**

La cancellazione dell’utente avviene: su richiesta esplicita dell’utente, per cause di obsolescenza dell’anagrafica (o per privacy policy) o per esigenze di marketing (es eliminare tutti gli utenti che non contattiamo più da 10 anni). Per adesso abbiamo utilizzato solo il primo caso, ovvero la richiesta esplicita.  
AS-IS: Manualmente entriamo nella scheda dell’utente, clicchiamo su un pulsante che fa scattare una comunicazione automatica agli uffici che gestiscono i vari db dove l’utente è presente. Gli uffici provvedono manualmente a cancellare le anagrafiche restituendo un feedback manuale all’ufficio CRM, che una volta raccolti tutti i feedback procede manualmente alla cancellazione della scheda da CRM e da Magnews.

TO BE: tbd. La cancellazione dovrebbe avvenire centralmente e con un’unica azione propagarsi sui vari servizi.

**Modifica di un consenso privacy**

AS-IS: Stesso caso della Modifica del campo in anagrafica con l’unica differenza che quando la modifica avviene da un form di Magnews, l’aggiornamento del campo è realtime tramite API e non attraverso il flusso di aggiornamento notturno. L’utente agisce sempre su un form di magnews in maniera diretta. Mentre in maniera indiretta contattando il nostro customer service che provvederà lui stesso a togliere il flag o i flag manualmente dalla scheda del CRM.

NOTA sul funzionamento della privacy: Ogni ragione sociale presente nel CRM (Giunti Editore, Giunti al Punto, Giunti Scuola, Giunti EDU) ha 3 campi privacy: Consenso ai termini d’uso, consenso marketing, consenso profilazione. Il primo e il terzo vengono attivati singolarmente su ogni ragione sociale su richiesta esplicita (flag) dell’utente. Il secondo invece viene attivato su tutte e quattro le ragioni sociali, indipendentemente da quale è la ragione social a cui l’utente sta dando il consenso. In pratica se lo dai per una lo stai dando per tutte. Non è invece vero per la cancellazione del consenso. Se cancelli un consenso marketing da una ragione sociale lo cancelli solo per quella. Se vuoi cancellarlo per tutte e 4 devi deflaggare tutti e 4 i consensi.

TO BE: sarà necessaria che la gestione delle privacy sia unica su GIM e interrogabile real time dai servizi (magnews compreso) in modo che l’utente possa agire direttamente in autonomia vedendo la situazione corretta e aggiornata.

**Reinserimento di un un’anagrafica cancellata**

AS-IS: Al momento la cancellazione totale di un utente elimina il record in maniera definitiva (coerentemente con le logiche del GDPR), con perdita dei dati e delle relazioni legate ad acquisti, ecc…

TO-BE: Allo stesso modo sarà necessario che se un utente che ha chiesto la cancellazione voglie reiscriversi tramite un servizio, venga creata una nuova utenza con un nuovo identificativo.

**Creazione di una nuova utenza da CRM**

AS-IS: i casi di creazione di una nuova utenza su CRM senza che questa passi da una registrazione al sito sono:

* Creazione manuale su CRM (abbastanza raro per utenze B2C)
* Importazione manuale massiva di utenti registrati su form di terze parti (es. un concorso) non collegati in nessun modo al CRM con nessuna procedura automatizzata
* Creazione di nuovi utenti iscritti ad un form di lead generation su Magnews che arrivano sul CRM tramite un flusso di sincronizzazione notturno. Seguono le logiche di deduplica prima di essere creati nuovi record
* Creazione di nuovi utenti derivanti da iscrizioni su form su siti di terze parti o minisiti creati ad hoc, ai quali è stato inserito una porzione di codice html che in realtime invia il contatto iscritto al form al CRM (servizio “web to lead”). Il CRM automaticamente fa un controllo di deduplica e crea un nuovo utente o modifica un utente esistente.

In tutti i casi riportati sopra l’utenza non viene creata su GIM.

TO-BE: sarà necessario pur mantenendo attive le modalità sopra riportate che l’utenza venga creata anche su GIM per assegnarli l’identificativo che poi dovrà essere unico per l’utenza.

**Importazione di un’anagrafica già rimossa**

Il rischio qui lo vedo a causa di tempistiche di cancellazione/importazione che non collimano. Es. può essere il caso in cui un utente registrato su un servizio e poi registrato anche ad una campagna (tramite form) non collegata realtime, richieda la cancellazione della sua utenza. Nel caso in cui l’importazione dei contatti della campagna avvenga manualmente a fine campagna, successivamente alla sua registrazione ma dopo la sua richiesta di cancellazione, si crea una nuova utenza, nonostante l’utente non volesse essere più registrato.

Qua non vedo grandissimi margini di miglioramento del flusso, se non ridurre al minimo le campagne fatte su form non collegati al CRM almeno notte tempo.

**Creazione di un’utenza da parte di un sito web**

AS-IS: al momento un sito web collegato al GIM al momento della registrazione dell’utente fa un controllo su GIM per vedere se l’email è già esistente. Poi creata l’utenza sul sito viene importata sul CRM che applica logiche di deduplica nel caso non il sito non riporti l’ID GIM. [Verificare le logiche di deduplica].

TO-BE: le logiche di deduplica potrebbero essere spostate su GIM?

**Modifica di un campo da parte dell’utente dal proprio profilo**

AS-IS: l’utente che accede ad un sito entra nel proprio profilo personale (area riservata) e modifica un campo. La modifica passa al CRM sovrascrivendo il precedente valore, ma non si propaga agli altri siti/servizi nonostante possano condividere lo stesso campo. I dati si disallineano.

TO-BE: La modifica dei dati comuni a tutti i siti oltre che su CRM potrebbero andare direttamente a modificare l’unico campo condiviso nel GIM in modo che la propagazione verso gli altri siti avvenga realtime (questo varrebbe anche per le privacy). La modifica dei dati di business SOLO dedicati a quel servizio (e non condivisi con altri servizi(portali) può andare direttamente a modificare il campo su CRM. È importante però sia nel caso di campi comuni che di campi dedicati, anche la modifica di questi su CRM vada ad aggiornare il relativo campo o su GIM o sul servizio (ritorno del dato).

**Alcune (non esaustive) funzionalità del GIM**

* Login
* Login social
* Registrazione e creazione anagrafica
* Utente modifica anagrafica
* Utente modifica consenso GDPR (Privacy)
* Utente richiede rimozione da un servizio federato
* Redistribuzione dei dati ogni x minuti (tempo deciso dal servizio) o su interrogazione
* Applica riconciliazione fra anagrafiche (servizio di deduplica)