

## La piattaforma **ViaDeiMercanti**



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia – SA  
Tel. 0828 302495 – Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

1	Introduzione .....	3
1.1	Quali sono i dati commerciali?.....	3
1.2	Perché una <i>piattaforma</i> ? .....	5
1.3	Perché <i>integrata</i> ? .....	6
2	Caratteristiche e funzionalità .....	9
2.1	Configurazione .....	9
2.1.1	Multilingua .....	10
2.1.2	Multivaluta .....	10
2.1.3	Modalità di pagamento .....	11
2.1.4	Spese di spedizione .....	11
2.2	Catalogo prodotti .....	12
2.2.1	Categorie merceologiche .....	12
2.2.2	Novità ed offerte .....	13
2.2.3	Immagini .....	13
2.2.4	Prezzi .....	14
2.2.5	Disponibilità .....	15
2.2.6	Confezioni .....	15
2.2.7	Colori .....	15
2.2.8	Taglie .....	16
2.2.9	Varianti.....	16
2.2.10	Prodotti correlati .....	17
2.2.11	Files .....	17
2.3	Contenuti informativi .....	18
2.3.1	Sezioni .....	18
2.3.2	Articoli.....	19
2.3.3	Links .....	20
2.3.4	Files .....	20
2.3.5	Forum e Chat .....	21
2.3.6	Banner .....	22
2.4	Area riservata.....	22
2.4.1	Utenti .....	22
2.4.2	Gruppi .....	25
2.4.3	Permessi.....	26
2.4.4	Sconti.....	26
2.5	Mailing list .....	27
2.5.1	Interessi .....	27
2.5.2	Mailing list.....	28
2.6	Ordini.....	28
2.6.1	Tracking dell'ordine .....	28
2.6.2	Lista riordino .....	29
2.7	Altre funzionalità di carattere generale .....	29
2.7.1	Ricerca .....	30
2.7.2	Listini .....	30
2.7.3	Trasferimento dati con il software gestionale aziendale .....	30
3	CD Rom .....	31
3.1	Creazione del CD-Rom .....	32
3.2	Gestione ordini .....	32
3.3	Aggiornamento dei contenuti .....	33
3.4	Selezione del catalogo prodotti.....	33



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

## 1 Introduzione

Il software **ViaDeiMercanti** è una vera e propria piattaforma integrata per la gestione dei dati commerciali e marketing delle PMI. Lo scopo di ViaDeiMercanti è automatizzare alcune delle attività Commerciali e Marketing dell'azienda gestendo in modo elettronico i dati commerciali. E' necessario analizzare con cura la definizione data perché contiene diversi elementi importanti, quindi di seguito è opportuno prendere in esame alcuni aspetti di questa definizione.

### 1.1 Quali sono i dati commerciali?

Innanzitutto cerchiamo di identificare quali sono i dati commerciali e marketing che possono essere gestiti con ViaDeiMercanti.

In realtà i concetti esposti di seguito non sono prerogativa di ViaDeiMercanti ma sono concetti generici che troviamo nella normale attività commerciale e marketing delle imprese, tuttavia è necessario ricordarli in quanto è utile in questa sede trovare un linguaggio univoco e precisare esattamente a cosa ci si riferisce.

Possiamo dividere i dati commerciali gestiti da ViaDeiMercanti in quattro grandi categorie:

- **Catalogo prodotti.**

Il catalogo prodotti è costituito non solo dal semplice insieme di prodotti, ma anche da tutto l'insieme di informazioni che si riferiscono al singolo prodotto.

Generalmente il catalogo prodotti viene suddiviso in categorie merceologiche ed eventualmente in sottocategorie in modo da dare una struttura organizzata al catalogo stesso ed allo stesso tempo ottenere una maggior chiarezza nella esposizione.

Per ciascun prodotto appartenente al catalogo possono essere gestite numerose informazioni: codice, immagini, descrizioni, prezzi, caratteristiche tecniche, in alcuni casi anche taglie e colori, varianti ecc.; ovvero tutte quelle informazioni che in genere si trovano in un catalogo prodotti di una qualsiasi azienda.

Particolarmente interessante inoltre risulta la gestione dei prodotti correlati (accessori, articoli alternativi...) che costituisce un vero e proprio plus nell'attività commerciale; infatti poter disporre delle correlazioni ad altri prodotti (siano questi ultimi prodotti alternativi o accessori o altro) non solo agevola l'attività commerciale, ma fornisce una panoramica completa delle possibilità del prodotto stesso, panoramica sicuramente utile nella normale attività commerciale.

Anche la possibilità di classificare il prodotto come "novità" costituisce un aspetto sicuramente premiante per l'attività commerciale dell'azienda, infatti poter realizzare un catalogo delle novità spesso risulta estremamente interessante e funzionale.

Allo stesso modo risulta interessante la possibilità di classificare il prodotto come "offerta" e poter disporre di un catalogo delle offerte.

Infine la possibilità di poter gestire informazioni peculiari dei singoli prodotti (come ad esempio l'Autore per i libri o l'annata di produzione per i vini, ecc..) completano l'insieme delle informazioni riferite ai singoli prodotti che costituiscono il nostro catalogo.

Quindi quando ci si riferisce al Catalogo prodotti non solo ci si riferisce all'insieme di prodotti ed alle loro caratteristiche, ma si fa riferimento anche all'insieme di correlazioni che esistono tra i diversi prodotti ed all'insieme dei loro attributi; in questo modo il



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>

catalogo prodotti non è un mero elenco dei prodotti ma un vero e proprio strumento gestionale dell'area commerciale e marketing dell'azienda

- **Contenuti informativi.**

Il rapporto commerciale non è fatto solo di prodotti, ordini e listini. Normalmente l'azienda è chiamata a gestire una mole ben più articolata e complessa di informazioni. Informazioni che è necessario trasmettere ai Clienti (e non solo ai Clienti) per mantenerli aggiornati ed informati; le novità del settore, l'attività dell'azienda, gli eventi, le manifestazioni, le iniziative, i consigli tecnici, i manuali d'istruzione, le schede comparative, la documentazione, gli elenchi di domande frequenti, ecc. sono solo alcuni esempi del materiale informativo gestito, infatti l'elenco può continuare pressoché all'infinito. Si provi a pensare quante volte ad un ufficio commerciale viene richiesto del "materiale informativo"; dietro questa semplice e generica espressione in genere si nasconde una richiesta di informazioni che va ben oltre la mera descrizione del prodotto, richiesta di informazioni da cui spesso dipende il prosieguo del rapporto commerciale e/o la conclusione di affari. E' per questo motivo che i contenuti informativi rivestono sempre più un'importanza strategica nell'attività commerciale e marketing delle imprese.

Gestire tutto questo materiale informativo spesso è di vitale importanza per il successo commerciale di un'impresa, ma soprattutto è fondamentale poterlo gestire in modo economico ed averlo costantemente aggiornato.

Corredare un preventivo con le schede tecniche del prodotto oggi non è più sufficiente, spesso occorre aggiungere a sostegno del prodotto materiale informativo di vario genere (studi, articoli di giornale, referenze, ecc) fino a giungere spesso a dover corredare l'offerta anche con informazioni di carattere aziendale più generico (come ad esempio un company profile) che permette di dare al possibile Cliente la giusta dimensione aziendale.

Occorre anche considerare che alcune imprese fanno dei contenuti informativi il proprio core business, infatti le imprese o i professionisti che forniscono consulenza non hanno prodotti da vendere, ma commercializzano informazioni ovvero contenuti informativi, quindi con il termine contenuti informativi non ci si riferisce solamente al materiale informativo che l'azienda predispone per informare i propri clienti ma ad un più ampio spettro di possibilità, fino a giungere a veri e propri prodotti commercializzabili.

- **Archivio clienti.**

E' sicuramente il vero patrimonio aziendale. L'archivio Clienti innanzi tutto contiene i dati anagrafici del cliente: ragione sociale, indirizzo, recapiti telefonici, mail, web, ecc..

Ma soprattutto sovrintende ad altre funzioni fondamentali per l'attività commerciale e marketing dell'azienda, ad esempio mantiene le relazioni tra i diversi soggetti coinvolti nella catena commerciale: agenti, clienti, destinatari. Quindi tramite l'archivio Clienti è possibile conoscere a quale agente fa riferimento un determinato cliente, oppure quali sono le diverse sedi operative di un cliente per poter spedire la merce destinata ai diversi negozi.

Senza poi considerare l'utilità di un tale archivio per gestire la comunicazione tra l'azienda e la propria rete commerciale, infatti l'archivio clienti (che come abbiamo intuito non è necessariamente costituito dai soli clienti) consente di raggiungere i diversi soggetti attraverso comunicati mirati in funzione degli interessi di ciascuno di essi. A questo scopo è possibile caratterizzare ogni cliente dell'archivio con i propri interessi e le proprie peculiarità.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

Anche caratterizzare la propria offerta al Cliente spesso risulta essere una necessità imprescindibile; se l'azienda produce gamme diverse di un determinato prodotto non è detto che intenda commercializzare tutti i diversi prodotti con tutti i clienti, ma potrebbe avere la necessità di commercializzare le singole categorie di prodotti con specifiche categorie di clienti.

Quindi la gestione dell'archivio clienti non solo permette di curare al meglio i rapporti commerciali, ma consente anche di potenziare l'attività commerciale e marketing dell'azienda

- **Parametri commerciali.**

Infine un breve esame dell'insieme dei parametri commerciali necessari per gestire l'attività commerciale e marketing dell'azienda.

Il listino prezzi, ad esempio, è uno strumento particolarmente complesso in molte aziende, ma risulta sempre essere uno strumento fondamentale per l'attività commerciale. Gli sconti riservati ai diversi clienti in genere sono influenzati da parametri diversi: categoria merceologica, tipo di cliente (distributore, rivenditore, utente finale...), classe di fatturato raggiunta, ecc... Risulta quindi cruciale gestire in maniera efficiente i dati che contribuiscono a definire per ciascun prodotto il prezzo praticato ad ogni cliente.

In alcuni casi risulta necessario persino personalizzare l'accesso sia al catalogo prodotti, che ai contenuti informativi. Si pensi per esempio a linee di prodotti realizzate in esclusiva per alcuni clienti oppure a documenti riservati ai soli agenti.

Questi sono solo alcuni dei tanti parametri e dei tanti strumenti utilizzati quotidianamente da chi opera nell'area commerciale e marketing di un'azienda e tutto questo insieme di parametri nella quasi totalità dei casi costituisce l'asse portante della gestione dell'attività commerciale aziendale.

Tutto questo insieme di dati ed informazioni costituiscono il reale patrimonio aziendale su cui si basa l'attività commerciale e marketing quotidiana di ogni azienda, ovviamente ogni elemento assume un'importanza diversa nell'ambito di ogni singola azienda e in alcuni casi determinati elementi non trovano nemmeno riscontro (nel caso di un'azienda che fornisce consulenza i prodotti materiali non esistono, esistono solo quelli che abbiamo definito come contenuti informativi: sono questi i veri prodotti dell'azienda), pertanto è fondamentale comprendere a fondo le esigenze di ogni azienda e fornire lo strumento più adatto alle sue esigenze.

Ancor più importante è gestire in modo organizzato tutte queste informazioni affinché l'attività commerciale e marketing aziendale ne risulti avvantaggiata ed è per questo motivo che la piattaforma [ViaDeiMercanti](http://www.viadeimerchanti.com) si propone come vero e proprio "gestionale" per l'area commerciale e marketing dell'azienda.

## **1.2 Perché una *piattaforma*?**

Il termine *piattaforma* in informatica si riferisce ad un sistema hardware e/o software che funge da base per lo sviluppo di sistemi più complessi. La gestione dell'area marketing di una azienda non può essere in nessun caso realizzata con un prodotto chiuso. Questo non solo perché ogni azienda ha le sue caratteristiche e le sue modalità operative, ma soprattutto perché un aspetto importante dell'area commerciale e marketing coinvolge direttamente l'immagine aziendale. I diversi dati gestiti devono essere resi disponibili all'utenza nella maniera più opportuna possibile sia dal punto di vista estetico che dal punto di vista comunicativo. Questo naturalmente impone scelte diverse dettate sia dall'immagine



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>

dell'azienda sia dalla tipologia di prodotti ed informazioni che l'azienda tratta. Risulta impossibile quindi realizzare un prodotto chiuso che mostri i dati in un formato predefinito.

Per poter rispettare queste prerogative è necessario poter avvalersi della massima libertà nel decidere l'aspetto finale che i dati assumeranno; l'applicativo deve quindi limitarsi a gestire in maniera semplice ed efficiente i dati commerciali (vedi paragrafo 1.1) lasciando ampia discrezionalità circa la loro modalità di presentazione che risulterà oggetto di personalizzazione.

In questo senso quindi **ViaDeiMercanti** risulta essere una piattaforma, che fornendo una base potente, semplice ed affidabile sulla quale costruire il proprio impianto comunicativo secondo le proprie esigenze, permette comunque di rispettare i canoni e le esigenze dettate dall'immagine e dalle diverse prerogative aziendali.

Inoltre la struttura della piattaforma **ViaDeiMercanti** consente di gestire al meglio tutto il sistema informativo/gestionale, infatti tutta la soluzione proposta da **ViaDeiMercanti** si basa su tre diversi elementi fondamentali: la base dati, l'aspetto grafico e la gamma delle funzionalità. Questi tre elementi interagiscono tra loro in modo continuo. Si provi ad immaginare, ad esempio, una pagina di un sito di commercio elettronico: ha una sua grafica che caratterizza l'esposizione dei prodotti evidenzia i diversi colori ed i diversi motivi decorativi; presenta i contenuti che sono costituiti dai diversi prodotti e dalle diverse informazioni che vengono pubblicate ed infine si avvale di una gamma di funzionalità per assolvere alle diverse necessità come ad esempio paginare avanti e indietro o inserire un prodotto nel carrello virtuale ecc...

La piattaforma di **ViaDeiMercanti** gestisce questi tre elementi in modo completamente separato (sebbene congruo e coordinato) permettendo di intervenire su uno degli elementi senza richiedere l'intervento sugli altri: nel momento in cui si inserisce un nuovo prodotto, ad esempio, non si deve intervenire sul modello grafico della pagina che pubblicherà il prodotto, così come nel momento in cui si decide di rinnovare l'aspetto grafico del sito non si dovranno reinserire nuovamente tutti i prodotti e, allo stesso modo, nel momento in cui si decide di attivare una nuova funzionalità (ad esempio attivare una nuova mailing list o una nuova lingua) non sarà necessario né modificare l'aspetto grafico né intervenire sulla base dati.

Tutte queste prerogative fanno della piattaforma **ViaDeiMercanti** una reale soluzione al problema della gestione dell'area commerciale e marketing delle imprese

### 1.3 Perché *integrata*?

Nel paragrafo 1.1 abbiamo introdotto il concetto di *dati commerciali*, molto spesso tali dati, per esigenze di carattere diverso, vengono resi disponibili all'utente attraverso strumenti diversi: web, mail, telefono, fax, carta.

E' estremamente interessante notare che mentre la singola informazione risulta essere sempre la medesima, spesso cambia il *supporto* o il *mezzo*, che la trasmette: il prezzo di un determinato prodotto, per un certo cliente, risulta essere sempre lo stesso, Però possiamo comunicarlo via mail o telefonicamente, possiamo pubblicarlo su un sito web o spedirlo tramite posta tradizionale. L'informazione (in questo caso il prezzo) rimane sempre la stessa, ma il supporto o il mezzo di comunicazione cambia.

Questo concetto che sembra particolarmente semplice ed ovvio spesso costringe le aziende ad effettuare operazioni complicate, inefficienti e noiose che spesso risultano fonte di errori e disguidi.

Un esempio oggettivo di quanto questa esigenza sia sentita arriva proprio dall'ambiente Windows che ha da tempo abituato l'operatore ad utilizzare programmi diversi scambiando dati tra essi attraverso la comoda funzione *Copia e Incolla*: questa operatività sebbene semplice,



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



comporta comunque la necessità di trasferire manualmente il medesimo dato da un applicativo all'altro per poterlo stampare, inviare via fax o posta elettronica, pubblicarlo sul web.

**ViaDeiMercanti** è uno strumento integrato perché consente di utilizzare il medesimo dato (inserito e gestito una sola volta) attraverso canali diversi. Quindi lo scopo di **ViaDeiMercanti** è quello di acquisire l'informazione (nell'esempio precedente il prezzo di un prodotto per un determinato Cliente) e renderla disponibile attraverso uno dei canali di comunicazione o attraverso uno dei supporti possibili (web, mail, posta tradizionale, CD-Rom, telefono, ecc.). Questa considerazione, nonostante sia la semplice constatazione di un'attività quotidiana di tutti gli addetti degli Uffici Commerciali e marketing e nel suo genere risulta essere quasi banale, in realtà nasconde una necessità imprescindibile per le aziende: concentrare le gestione delle informazioni in una unica base dati dalla quale attingere a fronte delle diverse necessità in modo che l'informazione distribuita sia omogenea e congruente indipendentemente dal supporto o dal mezzo di comunicazione. Non è raro il caso in cui un addetto commerciale comunica il prezzo errato o le caratteristiche tecniche di un prodotto solo perché ha sbagliato a reperire il listino o ha utilizzato un depliant vecchio; organizzare e gestire le informazioni commerciali in modo centralizzato con **ViaDeiMercanti** significa ridurre gli errori senza per questo rinunciare ai diversi supporti o mezzi di comunicazione, anzi significa poter adottare e gestire strumenti e mezzi di comunicazione sempre nuovi senza incorrere in errori e disservizi.

Al momento **ViaDeiMercanti** rende disponibili i seguenti mezzi e canali di comunicazione:

- **Web.** E' lo strumento più innovativo degli ultimi anni e sebbene siano ancora in pochi a conoscerlo e ad usarlo adeguatamente offre opportunità inimmaginabili fino a qualche tempo fa.  
Con lo strumento web è possibile gestire siti con tipologia di accesso diverso: i così detti siti Internet o i così detti siti Intranet.  
Premesso che il sito non cambia ma cambia solamente la modalità di accesso al sito, nel primo caso (siti Internet) il sito è visibile attraverso la rete Internet e quindi disponibile anche ad utenti "extra aziendali" (ferma restando la possibilità di gestire i permessi di accesso onde selezionare la visibilità delle informazioni); nel secondo caso invece (siti Intranet) il sito non viene pubblicato all'esterno, attraverso Internet, ma soltanto sulla rete aziendale interna e quindi è un sito ad uso interno all'azienda. Questa ultima applicazione, anche se apparentemente non particolarmente innovativa, in realtà consente di rendere tutte le informazioni disponibili su ogni PC nella medesima maniera attraverso una manutenzione centralizzata e quindi non solo garantisce un'ottima distribuzione dell'informazione, ma ottimizza i costi di gestione delle informazioni.  
Come abbiamo visto il semplice strumento web nell'ottica dell'attività commerciale e marketing delle imprese costituisce una soluzione estremamente importante ed efficiente che va ben oltre il normale sito istituzionale o di semplice commercio elettronico a cui siamo abituati a pensare.
- **Mail.** Un altro strumento interessantissimo e sempre più in uso è costituito dalla e-mail o posta elettronica. La possibilità di inviare comunicati a tutti gli utenti archiviati è già di per sé un ottimo strumento di comunicazione, ma se a ciò si aggiunge anche la possibilità di sfruttare la mail per fare dei collegamenti al sito e quindi indirizzare il destinatario direttamente sul prodotto che ci interessa, se si aggiunge la possibilità di arricchire la mail con degli allegati, se si considera la possibilità di inviare le comunicazioni in modo mirato e soprattutto il costo estremamente contenuto di questo canale di comunicazione, ci si rende subito conto che si tratta di uno strumento sempre



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

più irrinunciabile e soprattutto si comprende il perché della sua sempre maggiore diffusione.

- **CD Rom.** In realtà da alcuni è considerato uno strumento di comunicazione un po' superato, non più alla moda e soprattutto oneroso da realizzare; invece le nuove tecnologie ci consentono oggi di realizzare dei CD-Rom estremamente interessanti sia dal punto di vista della funzionalità che dal punto di vista dell'immagine, ma soprattutto estremamente economici da realizzare.

In alcuni casi, sebbene Internet sia ormai accessibile ovunque, può essere utile poter accedere ai dati aziendali senza dover essere connessi. A questo scopo rimane utile la possibilità di memorizzare il catalogo aziendale e tutti i contenuti informativi su un supporto oramai divenuto un classico: il CD Rom. Tuttavia è fondamentale che il CD-Rom abbia delle caratteristiche ben precise perché possa essere uno strumento efficiente e funzionale: deve essere semplice, intuitivo ed immediato (deve essere facilmente navigabile) e possibilmente i suoi contenuti devono essere personalizzabili; se poi oltre ad essere un semplice catalogo consente di avere delle funzionalità aggiuntive (ad esempio la possibilità di fare un ordine) allora diviene uno strumento commerciale molto potente ed interessante.

La maggior parte delle aziende rinuncia ad avere un catalogo su CD-Rom per diversi motivi.

Primo tra tutti i costi, sia che si parli di costi di realizzazione che di costi di duplicazione; infatti da un lato è necessario avvalersi di un grafico per dare a questo tipo di supporto un'immagine adeguata e dall'altro è necessario un tecnico che si preoccupi di fondere l'aspetto grafico con i contenuti e di memorizzarli su un primo CD-Rom che verrà poi duplicato.

A questo punto nascono i problemi relativi ai quantitativi da duplicare: sotto una soglia minima di duplicazioni l'operazione diviene estremamente onerosa, duplicare un numero eccessivo di CD-Rom costituisce puntualmente un aggravio di costi in quanto nel momento in cui i contenuti del CD-Rom divengono obsoleti tutti i CD-Rom duplicati risultano inutilizzabili.

Alcune Aziende hanno la necessità di avere il catalogo personalizzato per Cliente in quanto alcuni Clienti acquistano solo alcuni prodotti o linee di prodotto, oppure hanno prodotti realizzati in esclusiva per loro. Ma non solo, nessuna Azienda penserebbe mai di fare un CD-Rom riportando i prezzi personalizzati per ogni singolo Cliente in quanto l'operazione avrebbe un costo esorbitante. Infine sono pochissime le Aziende che avendo realizzato un CD-Rom lo utilizzano anche per dare la possibilità ai loro clienti di fare ordini in modo semplice e funzionale, perché significa dotare il CD-Rom di funzionalità e quindi aumentare ulteriormente i costi.

Tuttavia con le nuove soluzioni tecnologiche, oggi è possibile realizzare dei cataloghi su CD-Rom in modo estremamente economico, perfettamente personalizzabile e soprattutto ricchi di funzionalità e quindi utilizzare questo canale di comunicazione in modo efficace, efficiente ed economico.

- **Palmari.** Sono una delle ultime soluzioni (in ordine di tempo) che ci offre la nuova tecnologia e si stanno sempre più rivelando estremamente utili in determinate situazioni. Alcune infrastrutture aziendali richiedono la possibilità di avere l'accesso ai dati mantenendo ampia libertà di movimento all'operatore. Si pensi, per esempio, ad uno show room in cui gli operatori commerciali dell'azienda conducono il cliente attraverso i prodotti in esposizione. Si consideri che alcuni show room possono raggiungere estensioni rilevanti (diverse migliaia di metri quadrati), alcuni sono persino



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



disposti su più piani dello stabile. In queste situazioni diventa utile poter disporre di informazioni circa le caratteristiche tecniche, la disponibilità, il prezzo per singolo cliente e tutta una serie di informazioni utili attraverso semplici computer palmari. La loro diffusione ha raggiunto livelli notevoli e con un impegno economico contenuto è possibile disporre di tali informazioni liberi da ogni vincolo grazie a connessioni senza filo (wireless), via radio. Ma non solo, grazie ai palmari è possibile anche gestire delle operazioni complesse ed articolate, come ad esempio impegnare della merce, compilare un ordine, attivare strumenti controllati dal computer a cui i palmari sono collegati. Tutte queste possibilità offrono agli uffici commerciali e marketing delle imprese una gamma di soluzioni pressoché infinita e soprattutto estremamente flessibile ed economica.

Dopo aver compreso il concetto di canale di comunicazione e di supporto per la trasmissione dell'informazione sicuramente il concetto di gestione integrata dei dati commerciali risulterà più chiara, tuttavia tale concetto sarà sempre più evidente con l'introduzione di ulteriori nuovi canali di comunicazione e di ulteriori nuovi supporti; attualmente sono in fase di studio, di prototipazione e di implementazione alcuni nuovi canali di comunicazione che per le loro caratteristiche, le potenzialità offerte ed il contenuto impegno economico richiesto, costituiranno sicuramente una gamma di strumenti indispensabili per gestire al meglio l'area commerciale e marketing dell'impresa.

## **2 Caratteristiche e funzionalità**

Al fine di poter valutare un prodotto è essenziale poterne valutare caratteristiche e funzionalità in modo dettagliato. Di seguito si riportano le principali caratteristiche e le principali funzionalità [ViaDeiMercanti](#) offre.

Occorre precisare che quanto illustrato di seguito in termini di caratteristiche e funzionalità non costituisce una trattazione esaustiva in quanto in sede di realizzazione dei diversi canali di comunicazione è possibile integrare le diverse caratteristiche e le diverse funzionalità con ulteriori funzionalità specifiche per l'azienda; occorre tenere sempre presente il concetto di piattaforma espresso in precedenza.

Le caratteristiche e le funzionalità riportate di seguito sono solo alcune delle caratteristiche e delle funzionalità che [ViaDeiMercanti](#) offre con le proprie soluzioni standard, ovviamente tali soluzioni possono comunque essere integrate e perfezionate in funzione delle esigenze delle singole aziende in qualsiasi momento in quanto essendo state sviluppate basandosi sulla piattaforma [ViaDeiMercanti](#) risultano facilmente modificabili ed integrabili.

### **2.1 Configurazione**

[ViaDeiMercanti](#) mette a disposizione dell'Utente una serie di parametri che consentono di configurare il prodotto in modo semplice e rapido in funzione delle esigenze dell'Utente stesso.

Di seguito si riporta un breve commento ai principali parametri di configurazione, sono stati scelti i soli parametri che possono risultare maggiormente interessanti per l'Utente (e quindi sono stati tralasciati appositamente tutti i parametri tecnici), per una trattazione più approfondita di questi parametri e degli altri non riportati in questa sede si può fare riferimento al manuale d'uso del prodotto.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

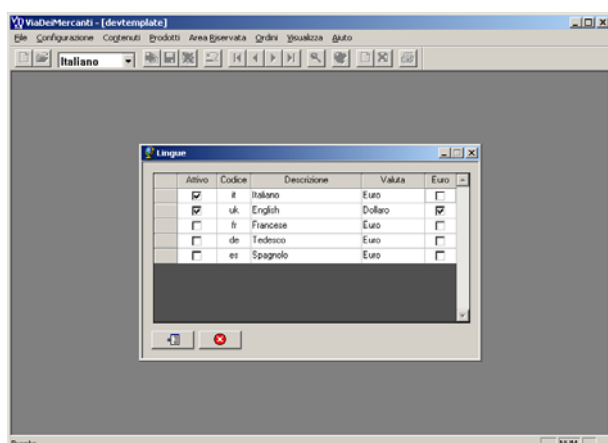
Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

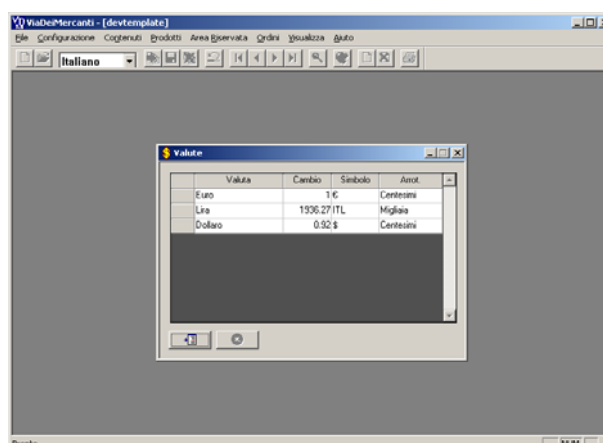
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-1**



**Figura 2-2**

## 2.1.1 Multilingua

Tutti i testi gestiti con **ViaDeiMercanti** possono essere memorizzati in un numero illimitato di lingue (vedi Figura 2-1). Questa funzionalità non solo consente di presentare il testo nella lingua selezionata, ma costituisce un primo significativo passo verso l'internazionalizzazione dell'impresa, infatti per poter operare su mercati diversi da quello nazionale è fondamentale poter proporre le informazioni in lingua. Gli automatismi forniti da **ViaDeiMercanti** inoltre consentono anche di evitare antiestetici vuoti di informazione, infatti in mancanza di alcuni dei testi in lingua il software in automatico provvede a pubblicare il testo mancante nella lingua predefinita.

Tramite un'apposita maschera è possibile inserire tutte le lingue che si desidera gestire ed associare ad esse la relativa valuta con cui si desidera evidenziare gli eventuali prezzi. L'inserimento di una lingua non implica l'immediata pubblicazione dei testi nella lingua inserita, infatti una apposita opzione permette di selezionare le lingue che si desidera pubblicare lasciando inattive le altre eventualmente presenti. In questo modo la fase di traduzione dei diversi testi, che in genere richiede del tempo per essere fatta, non implica la necessità di dover pubblicare il sito tradotto solo in parte e non costringe il sito all'inattività.

## 2.1.2 Multivaluta

Tutti i prezzi esposti da **ViaDeiMercanti** possono essere presentati in un numero illimitato di valute (vedi Figura 2-2). Ogni valuta (tramite la tabella lingue – vedi Figura 2-1) verrà associata alle diverse lingue e se l'Utente lo ritiene opportuno sarà possibile esporre il prezzo in doppia valuta. Questo modo di operare consente di selezionare una lingua e di accedere automaticamente ai prezzi espressi nella valuta associata.

Anche questa funzionalità di **ViaDeiMercanti** è corredata da alcuni automatismi che agevolano l'operatività quotidiana, infatti, come già accennato e per comodità di presentazione, è possibile scegliere la pubblicazione della doppia valuta (valuta nazionale + Euro); è possibile esprimere il listino in una unica valuta che verrà convertita automaticamente nelle altre in base ad un rapporto di cambio preconfigurabile ed è anche possibile memorizzare i prezzi singolarmente per ciascuna valuta qualora essi non seguano il rapporto di cambio preconfigurato (le due modalità inoltre possono convivere poiché l'applicativo effettua

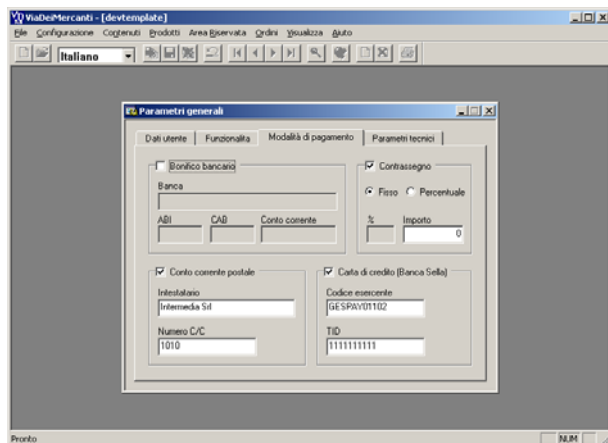


Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

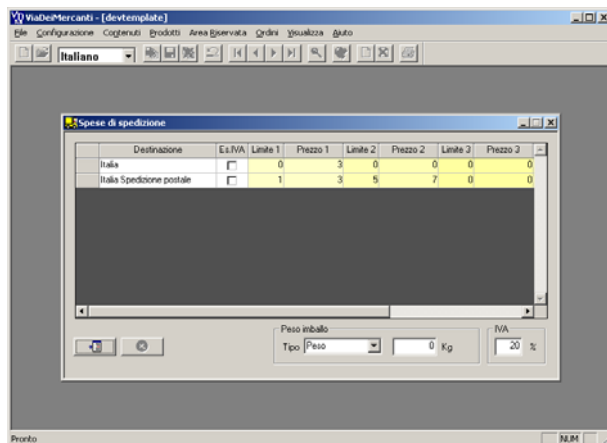
**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
 84091 Battipaglia – SA  
 Tel. 0828 302495 – Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

automaticamente la conversione dalla valuta base quando non trova il prezzo espresso nella valuta corrente).



**Figura 2-3**



**Figura 2-4**

### 2.1.3 Modalità di pagamento

Sono previste quattro modalità di pagamento generali: bonifico, conto corrente postale, contrassegno, carta di credito (vedi Figura 2-3). Tali modalità sono quelle generali dell'azienda e non quelle peculiari del singolo Cliente che vengono comunque gestite a livello di singolo Cliente.

Ovviamente è possibile attivare le sole modalità desiderate e gestite dall'azienda.

Nel caso del pagamento tramite carta di credito è possibile gestire totalmente l'interfaccia con i diversi gateways bancari di pagamento per le transazioni sicure.

Infine per ciascun Cliente registrato è possibile gestire una sua specifica modalità di pagamento personalizzata (quella concordata con il Cliente stesso, per esempio Ri.Ba. 30 gg.).

### 2.1.4 Spese di spedizione

L'applicativo gestisce le spese di spedizione per un numero illimitato di possibili destinazioni (vedi Figura 2-4). Per ciascuna destinazione vengono gestite cinque fasce di prezzo in base al peso totale del pacco. Il peso totale viene calcolato in automatico da **ViaDeiMercanti** sommando il peso dell'imballo al peso dei singoli prodotti (informazione presente in archivio).

Il numero illimitato di destinazioni consente anche di gestire le diverse modalità di spedizione e/o i diversi corrieri, in quanto la destinazione non è intesa semplicemente come destinazione geografica, ma come insieme di destinazione geografica e mezzo di spedizione. Con la stessa logica ovviamente è anche possibile gestire le spedizioni urgenti (con eventuale sovrapprezzo) rispetto alle spedizioni ordinarie.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

## 2.2 Catalogo prodotti

Come già accennato in precedenza è l'insieme delle informazioni inerenti i diversi prodotti dell'azienda. Di seguito si illustrano le principali funzionalità di cui **ViaDeiMercanti** è dotato in modo da dare una panoramica, sicuramente incompleta, delle potenzialità offerte dalla piattaforma.

Occorre precisare che soluzioni specifiche possono comunque essere realizzate in quanto nulla vieta di utilizzare alcuni specifici attributi del prodotto per realizzare soluzioni diverse, inoltre l'alto grado di parametrizzazione del prodotto consente di realizzare anche soluzioni estremamente complesse ed articolate in grado di soddisfare le esigenze di quasi tutte le aziende.

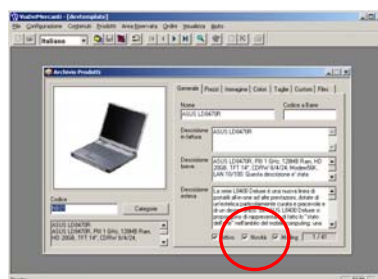
### 2.2.1 Categorie merceologiche

Innanzitutto occorre specificare che in questo caso si fa riferimento alle categorie merceologiche dal punto di vista commerciale e non fiscale, infatti, se per esempio, si considerano 10 unità di prodotto di cui si decide di venderne 2 sottocosto a titolo promozionale, mentre dal punto di vista commerciale i 10 prodotti vengono classificati in due diversi modi, dal punto di vista fiscale la loro classificazione è univoca; quindi è opportuno fare attenzione e non confondere i due diversi aspetti considerando la classificazione commerciale identica alla classificazione fiscale.

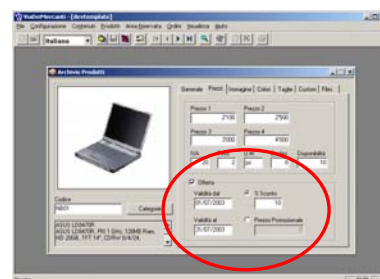
Il catalogo prodotti è suddiviso in categorie merceologiche ed è possibile definire un numero illimitato di categorie (vedi Figura 2-5). Ogni categoria a sua volta può essere suddivisa in sottocategorie che a loro volta possono essere suddivise in ulteriori sottocategorie; è possibile gestire sottocategorie delle sottocategorie per una profondità illimitata. Quindi possiamo sintetizzare che le categorie e le sottocategorie sono illimitate sia in termini di suddivisione principale che in termini di sottosuddivisioni.



**Figura 2-5**



**Figura 2-6**



**Figura 2-7**

A ciascuna categoria o sottocategoria è possibile associare una icona; icona che se opportuno può eventualmente essere gestita in lingua (ovvero una diversa icona per ogni lingua in cui è stata tradotta la categoria o la sottocategoria).

**ViaDeiMercanti** consente di modificare in qualsiasi momento l'ordine di presentazione delle diverse sottocategorie in maniera da soddisfare le diverse esigenze aziendali ed attribuire le corrette priorità.

Ogni singolo prodotto può appartenere ad una o più categorie (fino a giungere in teoria ad un numero illimitato di categorie merceologiche); questo consente di utilizzare le categorie per strutturare il catalogo in modo estremamente flessibile e soprattutto renderlo più facilmente consultabile.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

Un tipico esempio per comprendere meglio la possibilità di attribuire più categorie allo stesso prodotto è costituito dalla necessità di strutturare un catalogo che sia gestito sia per settori merceologici che per marche. In questo caso è possibile creare due livelli di sottocategorie, uno relativo ai settori (Esempio: PC, stampanti, scanner, fotocamere digitali, monitor, routers...) ed un altro relativo alle marche (Esempio: IBM, Toshiba, Asus, Canon, Epson). I diversi prodotti apparterranno ad entrambe le categorie in modo da essere visibili sia navigando il catalogo per "Categoria settore" che per "Categoria marca".

## 2.2.2 Novità ed offerte

Le novità e le offerte sono due prerogative su cui spesso gli uffici commerciali e marketing basano la loro attività di comunicazione. E' fondamentale poter gestire questi aspetti se si desidera avvalersi di un software in grado di gestire l'area commerciale e marketing dell'azienda.

Novità ed Offerta sono due particolari attributi del prodotto, infatti è possibile dichiarare che il prodotto è una novità e/o dichiarare che il prodotto è in offerta attivando semplicemente le apposite opzioni su ciascun prodotto (vedi Figura 2-6 e Figura 2-7).

Per quanto riguarda i prodotti in offerta è anche possibile specificare per ogni singolo prodotto la data di inizio e quella di fine dell'offerta, consentendo a **ViaDeiMercanti** di gestire l'offerta in modo completamente automatico.

Con queste due opzioni è possibile creare dei veri e propri cataloghi costituiti da soli prodotti novità e da soli prodotti in offerta, cataloghi che risultano essere estremamente dinamici e flessibili in quanto gestibili con la semplice attivazione di un'opzione (un segno di spunta apposto nella maschera di gestione dei dati del prodotto) che non richiedono alcuna duplicazione di dati e che soprattutto possono essere gestiti in modo automatico. Infatti con appositi automatismi, in assenza di novità o di offerte è possibile rendere invisibile il relativo catalogo.

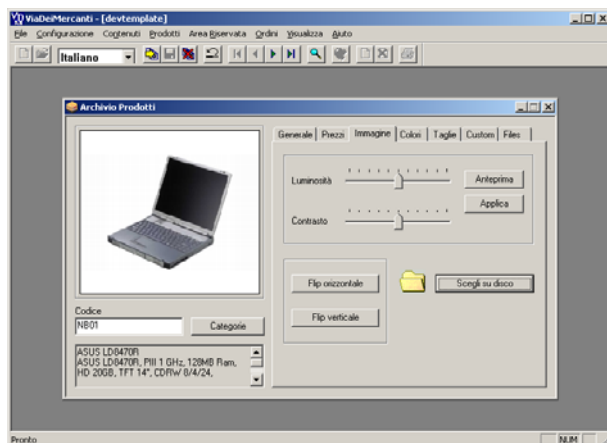


Figura 2-8

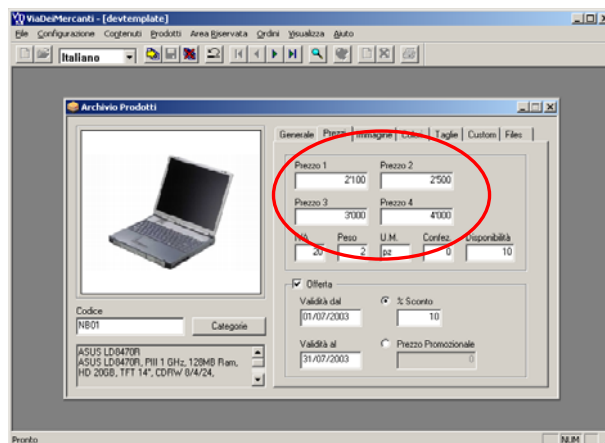


Figura 2-9

## 2.2.3 Immagini

Le immagini costituiscono l'elemento più affascinante di ogni catalogo, ma soprattutto costituiscono l'elemento che maggiormente attrae il Cliente mentre consulta il catalogo; **ViaDeiMercanti** permette di assegnare ad ogni prodotto la relativa immagine (vedi Figura 2-8).



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



L'immagine verrà fornita e scelta direttamente dall'operatore e potrà essere in qualsiasi formato o dimensione in quanto sarà cura dell'applicativo procedere alle opportune elaborazioni in modo automatico. **ViaDeiMercanti** infatti provvede al ridimensionamento automatico dell'immagine e provvede a creare contemporaneamente sia una versione dell'immagine di dimensioni ridotte (che verrà utilizzata per l'indice prodotti) che una versione dell'immagine di dimensioni maggiori (che verrà utilizzata per la scheda di dettaglio del prodotto). L'esatta dimensione di entrambe le immagini è configurabile con un apposito parametro.

Ulteriori immagini possono comunque essere gestite per la visualizzazione dei colori e delle varianti di prodotto così come è possibile gestire ulteriori immagini per gestioni o situazioni particolari in modo personalizzato.

## 2.2.4 Prezzi

La determinazione del prezzo è una delle attività quotidiane degli uffici commerciali e marketing delle imprese, per questo **ViaDeiMercanti**, consapevole dell'importanza di questo aspetto, pone sulle funzionalità inerenti i prezzi particolare attenzione in modo da poter soddisfare le esigenze del maggior numero di aziende possibili.

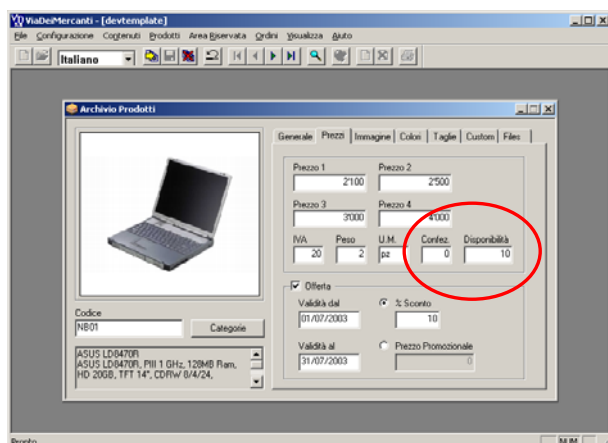
Premesso che la pubblicazione dei prezzi non è obbligatoria (infatti è possibile gestire il catalogo solo dal punto di vista delle caratteristiche del prodotto), per ciascun prodotto e' possibile specificare fino a quattro prezzi di listino (vedi Figura 2-9).

Considerato inoltre che è possibile gestire i prezzi in valuta occorre precisare che è possibile gestire altri quattro prezzi di listino per ogni diversa valuta.

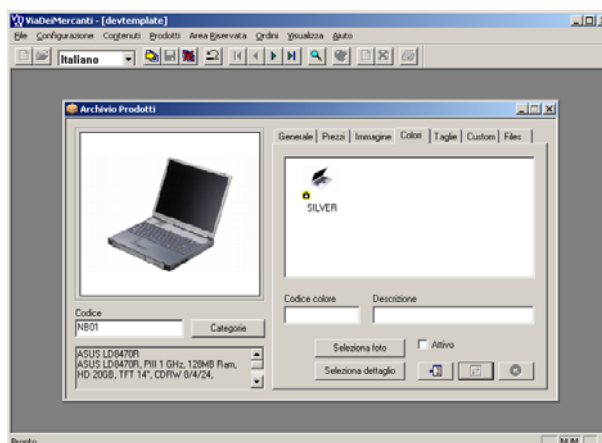
Ciascun listino può essere associato all'utente anonimo (ovvero colui che consulta il catalogo senza che si sia identificato), ai gruppi o agli utenti registrati.

Per i prodotti in offerta i prezzi vengono gestiti automaticamente in base alla data di validità dell'offerta ed al tipo di offerta (sconto o prezzo promozionale - vedi Figura 2-7), infatti i prezzi indicati nel periodo dell'offerta, sostituiscono il prezzo di listino e vengono sostituiti a loro volta dal prezzo di listino al termine del periodo dell'offerta.

Ulteriori particolarità dei prezzi e degli sconti possono essere gestiti anche a livello di ciascun Utente o di ciascun gruppo di Utenti.



**Figura 2-10**



**Figura 2-11**



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



## 2.2.5 Disponibilità

Premesso che anche la disponibilità non è un dato che deve obbligatoriamente essere pubblicato e gestito, per ogni prodotto è possibile indicare la disponibilità di magazzino, eventualmente inibendo l'ordine per prodotti non disponibili (vedi Figura 2-10).

La disponibilità è un dato molto particolare infatti in alcuni casi non si parla di disponibilità reale ma di disponibilità presunta poiché, pur non avendo prodotti in magazzino, la disponibilità potrebbe essere diversa da zero in quanto l'azienda è comunque in grado di fornire il prodotto (es. aziende che non hanno magazzino, ma che producono o commercializzano solo sul venduto). Potrebbe inoltre essere necessario per motivi organizzativi riservare solo una parte della mia disponibilità ad un canale distributivo (tramite e-commerce vendo solo il 50% della disponibilità reale).

## 2.2.6 Confezioni

**ViaDeiMercanti** permette di gestire anche i prodotti in confezioni (vedi Figura 2-10). Come noto alcuni prodotti vengono venduti in confezioni contenenti più pezzi. Il prezzo è invece espresso per singolo pezzo. Specificando il numero di pezzi per confezione è possibile controllare in modo completamente automatico che l'utente acquisti sempre confezioni intere e non pezzi sciolti.

## 2.2.7 Colori

**ViaDeiMercanti** prevede la gestione dei colori, intendendo per gestione dei colori non solo la gestione prevista per i capi di abbigliamento, ma la gestione dei colori in tutti i settori e quindi è preferibile parlare di finiture piuttosto che di colori. E' possibile gestire un numero illimitato di colori (più precisamente finiture) per ciascun prodotto (vedi Figura 2-11). Per ogni colore è possibile utilizzare fino ad ulteriori tre immagini (una di dimensioni ridotte, una di dimensioni maggiori ed una di dettaglio).

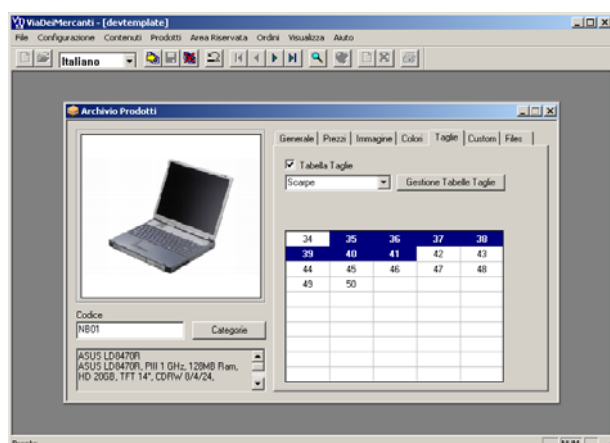
In questo modo non solo si propone il prodotto nella sua reale finitura, ma si evita anche di commercializzare prodotti inesistenti, infatti definendo i colori disponibili per ogni singolo prodotto è possibile controllare indirettamente che vengano commercializzati i prodotti con la finitura esistente.



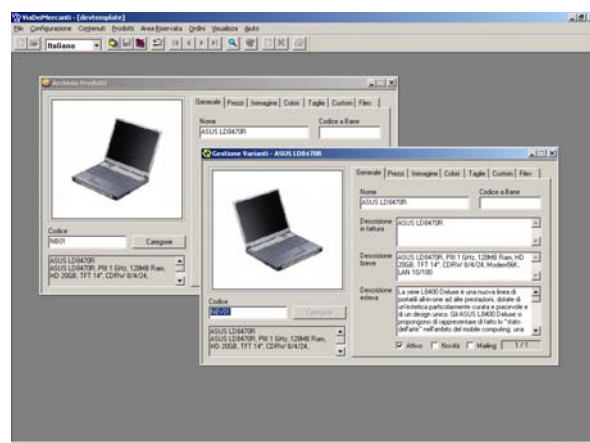
Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-12**



**Figura 2-13**

## 2.2.8 Taglie

Attraverso le tabelle taglie, definibili secondo le singole e specifiche esigenze, è possibile gestire le taglie disponibili per ogni prodotto (vedi Figura 2-12). Molto spesso la tabella taglie è uguale per molti prodotti sebbene ciascuno di essi sia disponibile solo per un determinato sottoinsieme di valori. La tabella taglie per le scarpe, per esempio, è uguale per tutte le scarpe. Tuttavia le scarpe da donna sono disponibili in misure che vanno (per esempio) dal 35 al 41, mentre quelle da uomo in misure che vanno dal 38 al 45. In [ViaDeiMercanti](http://www.viadeimercanti.com) non è necessario creare due tabelle diverse, è sufficiente creare una sola tabella dal 35 al 45 e poi selezionare su ciascun prodotto l'opportuno sottoinsieme.

## 2.2.9 Varianti

Molto spesso lo stesso prodotto è disponibile in varianti diverse, intendendo per varianti versioni diverse dello stesso prodotto. A volte lo stesso prodotto viene confezionato in modo diverso (per esempio il liquore tipico locale disponibile in normale bottiglia di vetro o in bottiglia di cristallo per confezioni regalo); in altri casi vengono realizzate delle vere e proprie versioni diverse dello stesso prodotto (si provi ad immaginare un modello di lavabo da bagno, in genere lo stesso modello è disponibile in versione normale, a colonna, da incasso e da semi-incasso); in pratica alcuni prodotti sono disponibili in versioni diverse tali che per ciascuna delle diverse versioni può essere necessario modificare alcune informazioni come ad esempio la descrizione del prodotto, il prezzo, l'immagine, ecc.

Per assolvere a questo tipo di problematiche [ViaDeiMercanti](http://www.viadeimercanti.com) ha previsto la gestione delle varianti (vedi Figura 2-13).

Poter gestire le varianti di prodotto costituisce sicuramente una delle funzionalità fondamentali maggiormente apprezzata per un addetto dell'ufficio commerciale e marketing in quanto permette di avere una panoramica completa del prodotto in tutte le sue diverse varianti disponibili e consente di scegliere la più adeguata e rispondente alle diverse esigenze.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

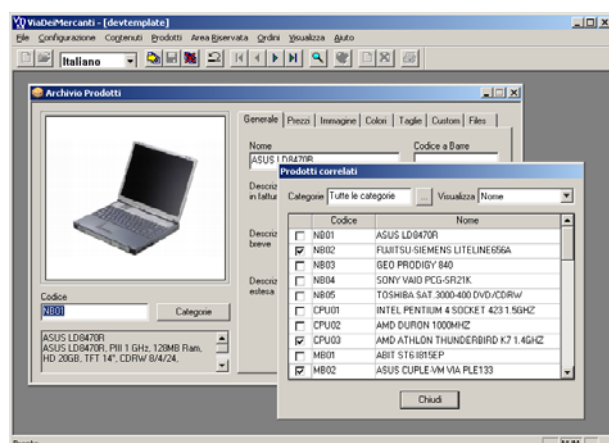
Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

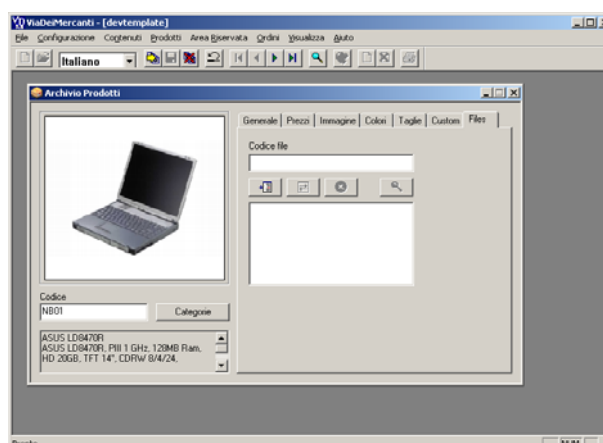
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-14**



**Figura 2-15**

### 2.2.10 Prodotti correlati

Anche la gestione dei prodotti correlati consente notevoli vantaggi nella gestione delle diverse attività commerciali e marketing. **ViaDeiMercanti** offre la possibilità di correlare i diversi prodotti non solo per visualizzare il prodotto ma anche per consultare i prodotti ad esso correlati, così per esempio consultando un telefonino a catalogo posso prendere visione degli accessori come il caricabatteria, il kit viva-voce, la custodia, ecc.

Ad ogni prodotto è possibile abbinare un numero illimitato di prodotti correlati (vedi Figura 2-14), questa funzionalità consente di proporre i prodotti in maniera sicuramente più efficace.

### 2.2.11 Files

Le diverse possibilità offerte dagli strumenti informatici forniscono una ampia gamma di possibilità per presentare efficacemente un prodotto: documenti in diversi formati (WORD, PDF, EXCEL...), animazioni, filmati, contributi audio ecc. il tutto per consentire la gestione di informazioni nei diversi formati e soprattutto nei formati più adatti alle diverse esigenze.

**ViaDeiMercanti** consente di associare a ciascun prodotto un numero illimitato di files di qualsiasi tipo (vedi Figura 2-15); durante la personalizzazione di ciascun canale (web, cd rom, palmare ecc.) si potranno utilizzare tali files nel modo che si ritiene più opportuno realizzando delle soluzioni di sicuro interesse. Poter mostrare uno spezzone del filmato della sfilata in cui viene presentato l'abito che un cliente sta pensando di acquistare non solo contribuisce all'immagine del negozio, ma sicuramente darà un'ulteriore spinta all'acquisto al Cliente; la realizzazione di queste soluzioni con **ViaDeiMercanti** non solo risulta semplice e conveniente ma sicuramente contribuisce in modo fattivo e funzionale all'attività commerciale dell'azienda.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

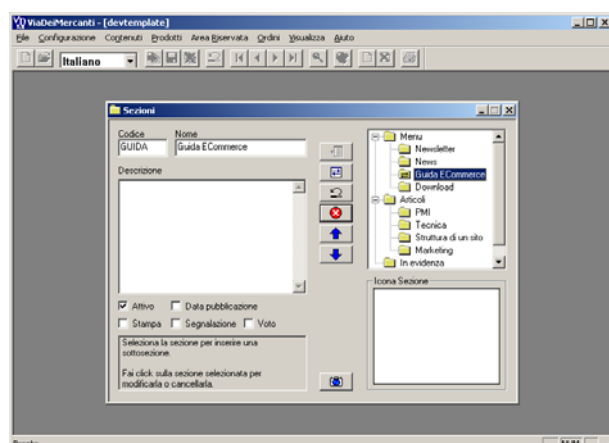


Figura 2-16

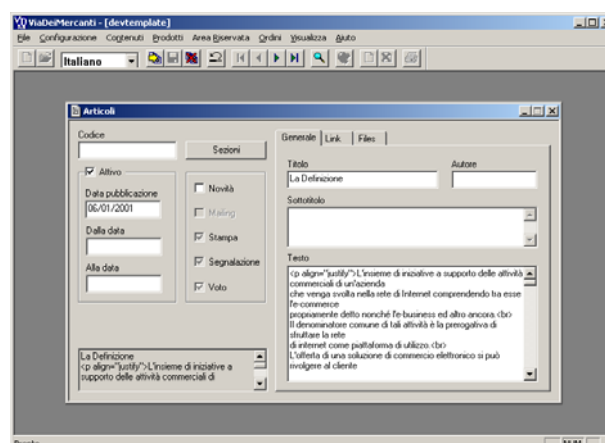


Figura 2-17

## 2.3 Contenuti informativi

Come già accennato i contenuti informativi costituiscono uno degli elementi essenziali dell'attività commerciale e marketing dell'azienda. Ovviamente tutti sanno che spesso è necessario illustrare in modo adeguato i prodotti evidenziandone le caratteristiche, così come è necessario presentare l'azienda in modo adeguato evidenziandone tutti i punti di forza; ancora più importante dare la massima diffusione ad informazioni inerenti ad iniziative, offerte speciali, manifestazioni, campagne pubblicitarie e ogni altra attività che direttamente o indirettamente mirino a consolidare e a rafforzare l'immagine e l'attività commerciale dell'azienda.

Questo è lo scopo dei contenuti informativi. **ViaDeiMercanti** ne permette la gestione proprio perché consapevole che la gestione dell'attività commerciale e marketing dell'azienda non si basa semplicemente sul prodotto ma si avvale di informazioni che vanno gestite, diffuse e divulgate opportunamente.

### 2.3.1 Sezioni

Le suddivisione dei contenuti informativi in sezioni consente di strutturare, in funzione delle diverse necessità, le diverse informazioni, così come le categorie merceologiche permettono di strutturare il catalogo prodotti. E' possibile definire un numero illimitato di sezioni e per ognuna di esse è possibile gestire un numero illimitato di sottosezioni (vedi Figura 2-16); per ogni sottosezione inoltre, è possibile gestire ulteriori livelli di sottosezioni per un numero illimitato di livelli. Per ciascuna sezione o sottosezione è anche possibile associare una diversa icona e, nel caso vengano gestite le diverse lingue, è possibile gestire una diversa icona per ogni lingua gestita. E' inoltre possibile modificare in qualsiasi momento l'ordine di presentazione delle diverse sottosezioni in modo da soddisfare qualsiasi esigenza di priorità o di esposizione.

Per ciascuna sezione sono disponibili una serie di opzioni che regolano il comportamento della sezione stessa e dei suoi contenuti:

- **Attivo:** Con questa opzione è possibile controllare la pubblicazione della sezione; se disabilitata la sezione non viene pubblicata. Tramite questa opzione è possibile



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

sospendere la pubblicazione di una sezione senza cancellarla e quindi può essere utile nel caso di contenuti interessanti solo in determinati periodi (tipicamente i contenuti stagionali) oppure in fase di predisposizione di contenuti molto complessi articolati e corposi che richiedono parecchio tempo per la loro predisposizione, infatti è possibile predisporre i diversi contenuti con l'indicatore disattivato (quindi senza pubblicarli), poi richiedere la pubblicazione di tutti i contenuti predisposti in un solo momento attivando l'indicatore.

- **Data pubblicazione:** se abilitata, i contenuti della sezione vengono visualizzati in ordine decrescente rispetto alla data di pubblicazione (prima i più recenti, poi i più remoti). Il caso più tipico è costituito dalle news, dagli eventi, dalle manifestazioni, dalle circolari, ma naturalmente i contesti applicativi possono essere estremamente più vasti.
- **Stampa.** Consente di attivare una versione stampabile dei documenti presenti nella sezione. Tale versione normalmente ha un aspetto grafico diverso da quello a video e ottimizzato per la stampa.
- **Segnalazione.** L'opportunità migliore per farsi conoscere è senz'altro rappresentato dal cosiddetto "Passaparola". Per questo motivo, [ViaDeiMercanti](#) prevede la possibilità di segnalare ad un conoscente un articolo interessante, attivando questa opzione.
- **Voto.** Chi pubblica contenuti informativi, spesso vuole conoscere il parere dei propri utenti circa l'interesse suscitato da ogni articolo. Utilizzando questa funzionalità gli utenti potranno esprimere il loro giudizio che verrà pubblicato sotto forma di media.

### 2.3.2 Articoli

Gli articoli, secondo una metafora mutuata dall'ambiente giornalistico costituiscono l'elemento "contenuto" vero e proprio (vedi Figura 2-17).

Ciascun articolo può essere associato a diverse sezioni in modo da poter strutturare i contenuti nella maniera più flessibile possibile creando percorsi di consultazione diversificati e/o alternativi.

Come abbiamo già detto, in [ViaDeiMercanti](#) gli articoli costituiscono la parte di contenuti informativi vera e propria e considerato che ogni articolo consente di trattare qualsiasi argomento è evidente che l'insieme di tutti gli articoli sono l'asse portante del canale informativo aziendale.

E' interessante notare come la parte informativa costituisca l'elemento più importante tutta l'attività commerciale aziendale e come senza di questa molte delle attività perdano di valore. Si provi ad immaginare quanto sia importante per un'azienda informare in merito alle diverse iniziative, ai diversi prodotti, alle diverse attività.

Per ciascun articolo è possibile gestire una data di pubblicazione (data in cui l'articolo è stato pubblicato) ed un periodo di pubblicazione (l'articolo verrà pubblicato a partire alla data di inizio pubblicazione e non verrà più pubblicato a partire dalla data di fine pubblicazione in modo completamente automatico senza interventi dell'operatore) in questo modo risulta estremamente facile gestire i diversi contenuti evitando di pubblicare articoli obsoleti o non più inerenti.

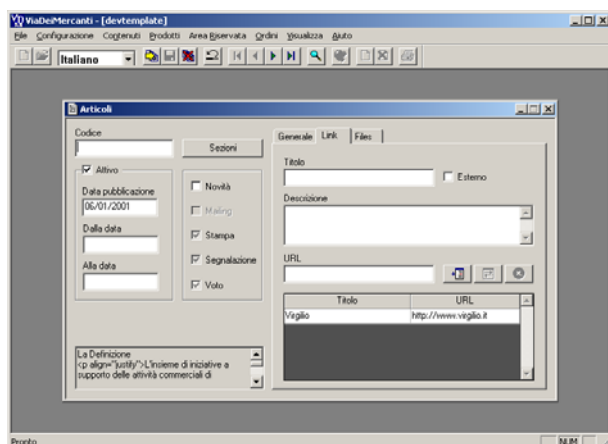
Per ogni articolo è possibile gestire, oltre al testo dell'articolo stesso e le date di pubblicazione, di cui si è fatto cenno sopra, anche alcuni dati peculiari come l'autore, il titolo e il sottotitolo, quindi la gestione di articoli come ad esempio l'invito a partecipare ad una manifestazione assumeranno un tono più adeguato se l'autore sarà il presidente della società, così come se la comunicazione di una iniziativa promozionale se sarà sottoscritta dal direttore Commerciale.



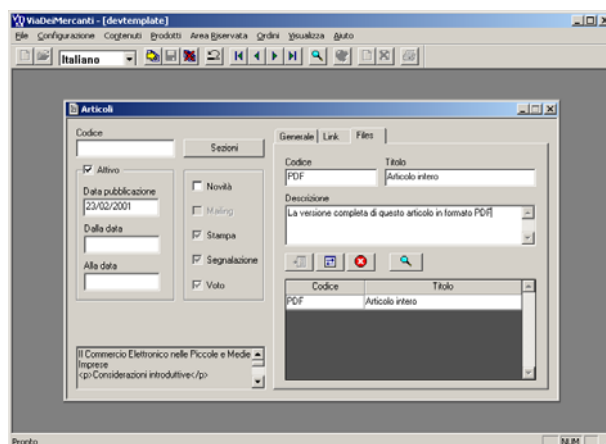
Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-18**



**Figura 2-19**

### 2.3.3 Links

A ciascun articolo è anche possibile associare un numero illimitato di collegamenti a risorse interne o esterne (vedi Figura 2-18). Questa funzione consente di creare dei rimandi ad altro materiale informativo, a degli approfondimenti o a qualsiasi altro materiale a corredo e a supporto dell'articolo stesso; per esempio un uso tipico è il rimando ad un approfondimento dell' articolo, del tipo "Per saperne di più...". Per ogni collegamento è possibile gestire un titolo e una descrizione, nonché l'indirizzo del collegamento.

### 2.3.4 Files

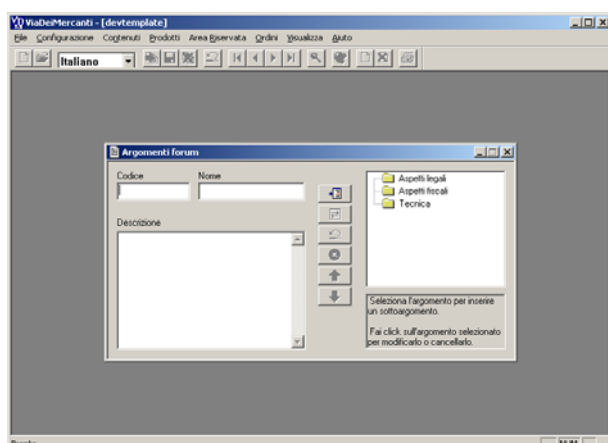
Ad ogni articolo è anche possibile associare un numero illimitato di files (vedi Figura 2-19) che verranno utilizzati in funzione delle diverse esigenze nella maniera più opportuna: ad esempio è possibile associare la versione dell'articolo in formato PDF o DOC da scaricare, oppure è possibile associare filmati video e contributi audio, immagini, animazioni FLASH e quant'altro; in pratica è possibile associare qualsiasi tipo di file che poi potrà essere utilizzato a titolo di contributo all'articolo.



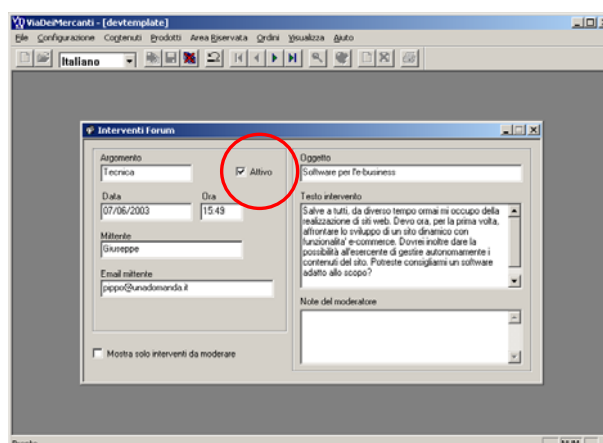
Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>





**Figura 2-20**



**Figura 2-21**

### 2.3.5 Forum e Chat

Nonostante si tratti di strumenti diversi, vengono qui descritti unitamente poiché questi strumenti hanno lo scopo comune di creare una comunità virtuale di utenti, che ruotano intorno al sito web. Questa comunità spesso è fonte di nuovi possibili clienti, nonché potente strumento di fidelizzazione e di gestione del contatto con i clienti acquisiti.

In entrambi i casi è possibile strutturare le discussioni in *Argomenti* (vedi Figura 2-20) al fine di gestire ed indirizzare gli interessi dei singoli utenti massimizzando l'efficacia degli strumenti. La differenza sostanziale tra il Forum e la Chat consiste nel fatto che mentre il Forum prevede la gestione controllata degli interventi poiché tutti gli interventi sono vagliati dal moderatore prima di esser pubblicati (in genere vengono pubblicati in differita – vedi Figura 2-21), nella Chat gli interventi vengono effettuati in tempo reale senza possibilità di essere preventivamente vagliati e moderati prima della pubblicazione. Inoltre nella scelta di detti strumenti occorre anche tenere presente che se il Forum, per sua natura, tende a creare per ogni argomento una serie di interventi consultabili nel tempo (quindi non presuppone che i diversi interlocutori siano costantemente collegati per poter intervenire nella discussione ma possono intervenire in tempi diversi), la Chat è molto più "volatile" ed immediata in quanto presuppone che la discussione si svolga tra i soggetti di una comunità virtuale che comunichino tra loro in tempo reale.

Tuttavia occorre anche considerare che se la Chat non richiede un impegno da parte del moderatore (infatti generalmente in una Chat non esiste la figura del moderatore o se esiste interviene nella discussione come tutti gli altri partecipanti e non può in alcun modo intervenire materialmente sui diversi messaggi), nel caso del Forum in moderatore vaglia i singoli interventi uno ad uno prima di pubblicarli e quindi richiede un impegno costantemente del moderatore. Occorre anche fare attenzione al fatto che sia la Chat che il Forum non hanno il solo scopo di creare delle comunità che parlano di determinati argomenti, ma in alcuni casi un utilizzo creativo della Chat o del Forum possono avere risvolti anche molto interessanti e positivi per l'azienda: si provi ad immaginare di attivare una Chat che durante determinati orari fornisce informazioni o assistenza tecnica on-line sui prodotti dell'azienda in tempo reale; oppure un Forum sul quale è possibile lasciare in qualsiasi momento una richiesta per avere la risposta successivamente. Questi strumenti, attualmente ingiustamente deprecati a causa di un uso poco consono e spregiudicato da parte di alcuni soggetti, in realtà sono delle ottime

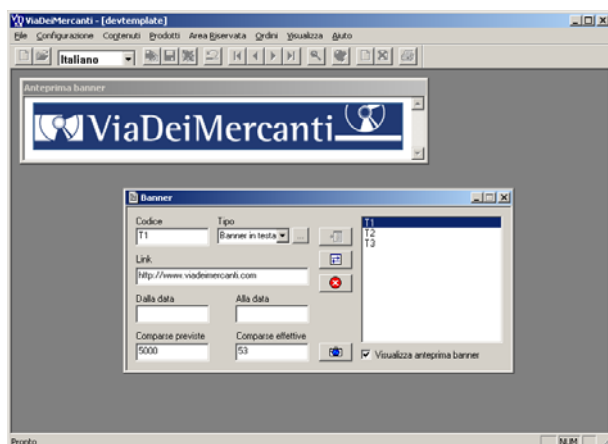


Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

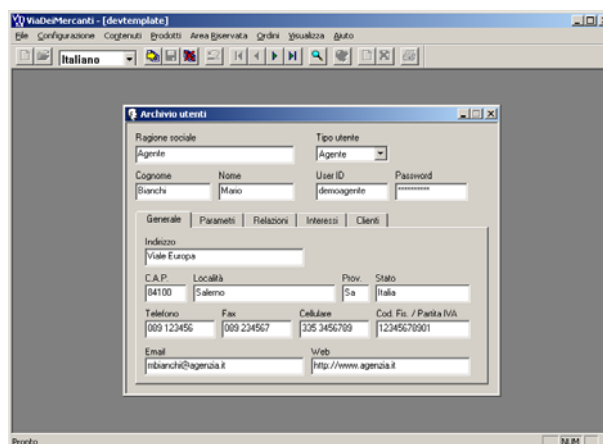
**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia – SA  
Tel. 0828 302495 – Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

opportunità per realizzare dei canali di comunicazione efficaci ed efficienti a costi estremamente contenuti).



**Figura 2-22**



**Figura 2-23**

### 2.3.6 Banner

Il Banner è uno degli strumenti pubblicitari tipici dei siti Internet, generalmente sono immagini o animazioni (a volte pubblicitarie, a volte informative, a volte persino decorative) che compaiono in punti strategici di un sito web (vedi Figura 2-22). Il loro utilizzo in genere consente di pubblicizzare siti "amici" che fanno altrettanto con il nostro, ma è possibile utilizzare i Banner anche per pubblicizzare altre sezioni del nostro stesso sito, un utente che legge un articolo di suo interesse per esempio, ha così modo di notare che in altra area del sito è disponibile un certo prodotto per l'acquisto oppure un altro articolo che potrebbe interessarlo.

In altri casi il Banner (anche se non è nato per questo scopo) viene utilizzato per decorare o per caratterizzare il sito con immagini appropriate (per esempio immagini natalizie nel periodo natalizio, immagini pasquali e primaverili o immagini estive e invernali nei rispettivi periodi). Grazie alla possibilità di gestire le date di pubblicazione del Banner, non solo risulta automatizzata la gestione dei periodi di pubblicazione dei Banner pubblicitari, ma è possibile anche automatizzare la caratterizzazione del sito con immagini decorative, intervenendo in modo efficace sull'aspetto del sito stesso.

## 2.4 Area riservata

### 2.4.1 Utenti

L'archivio Utenti è un altro asse portante dell'attività commerciale e marketing dell'azienda (vedi Figura 2-23). **ViaDeiMercanti**, tramite l'archivio Utenti consente di gestire le informazioni anagrafiche (e non solo quelle anagrafiche) relative a diversi tipi di Utenti. Al fine di poter definire funzionalità e comportamenti diversi **ViaDeiMercanti** classifica gli Utenti secondo le seguenti tipologie:



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

- **Clienti B2B o B2C:** sono effettivamente i clienti dell'azienda. Non ci sono differenze operative tra clienti B2B e clienti B2C, anzi in questa categoria possono essere compresi anche i Clienti dell'azienda che non hanno mai acquistato per via telematica. I due tipi diversi consentono soltanto di suddividere opportunamente il parco clienti. Questa suddivisione potrebbe essere utile per esempio per definire gli accessi o per garantire lo stesso trattamento al cliente nel momento in cui decida di acquistare per via telematica. Come vedremo più avanti in alcuni casi un Cliente potrebbe inoltrare un ordine senza che sia lui stesso ad inserirlo, in questi casi è necessario che il cliente sia presente in questo archivio e sia classificato in questa tipologia.
- **Agenti:** non sono Clienti ma Utenti particolari ai quali è possibile associare un numero illimitato di Utenti classificati con la tipologia B2B o B2C. A questi Utenti, quando accedono all'area riservata, è consentito visualizzare la lista dei propri clienti (quelli cioè ad essi associati) ed operare per loro conto.  
Un Utente classificato come Agente dopo essersi fatto identificare (e quindi dopo essere entrato nell'area riservata) può selezionare uno degli Utenti a lui associati e può operare per suo conto esattamente come se tale utente avesse ottenuto l'accesso all'area riservata utilizzando il proprio nome utente e password. Il vantaggio di questa funzionalità consiste nel fatto che l'Agente non deve conoscere, e ricordare, i parametri di accesso di ogni suo cliente però può impersonare ogni Cliente a lui attribuito, può effettuare ordini per conto dei suoi clienti e visualizzarne lo stato, operando esattamente nelle stesse condizioni e nello stesso ambiente in cui avrebbe operato il Cliente. Vedrà quindi i prezzi riservati a tale Cliente ed avrà accesso ai prodotti ed alle informazioni a cui ha accesso il Cliente.
- **Destinatari:** sono utenti che non hanno accesso al sito (non possono quindi effettuare ordini o accedere ad aree riservate) ma vengono associati ad un determinato utente B2B o B2C come destinatari delle merci acquistate.  
In pratica i Clienti reali sono i Clienti Classificati come B2B o B2C i quali fanno gli acquisti e chiedono che la spedizione delle merci venga effettuata ad un Utente classificato come Destinatario. Esempio tipico sono i Clienti che avendo più sedi, effettuano gli ordini direttamente, ma chiedono la spedizione ad un diverso destinatario.
- **Mailing:** Gli Utenti di tipo Mailing non sono veri e propri Clienti ma semplici Utenti interessati a ricevere delle comunicazioni (mailing) da parte dell'azienda. Ovviamente le comunicazioni possono essere di natura diversa (vedere gestione mailing list più avanti). Di questi Utenti in linea di massima potrebbero anche non essere disponibili i diversi dati anagrafici se non l'indirizzo di posta elettronica.

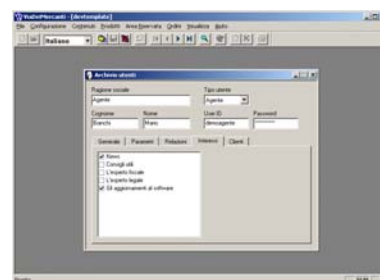
Per ogni Utente definito, oltre ai dati anagrafici tradizionali (Ragione Sociale, Nome e Cognome, indirizzo, ecc. che in alcuni casi possono persino risultare facoltativi) è possibile anche definire i parametri di accesso all'area riservata indicando una User ID ed una Password; per una trattazione più completa della gestione dei permessi di accesso si veda il paragrafo 2.4.3.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



### Figura 2-26

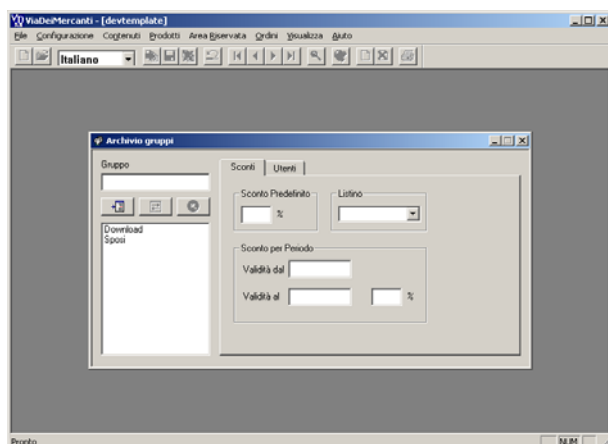
Inoltre è possibile gestire a livello di singolo Utente la sua specifica modalità di pagamento ed i parametri per la gestione degli affidamenti.

Questo insieme di relazioni costituiscono la base per gestire al meglio le diverse possibilità che l'applicativo **ViaDeiMercanti** mette a disposizione.

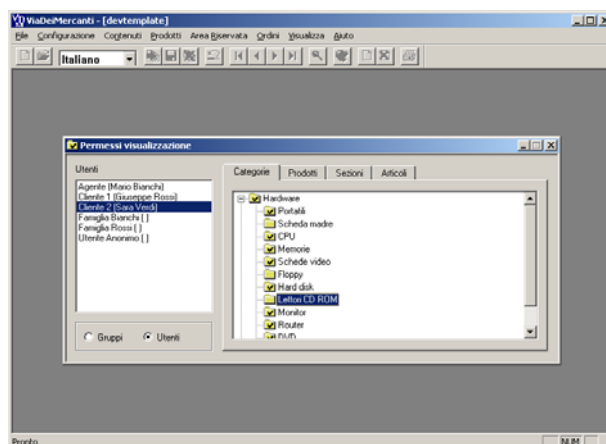
Per ogni Utente presente in anagrafica è possibile indicare gli interessi (vedi Figura 2-26). Questa funzione (descritta in dettaglio nel paragrafo 2.5.1) consente di gestire al meglio le comunicazioni agli utenti.



<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-27**



**Figura 2-28**

## 2.4.2 Gruppi

Oltre alla definizione della tipologia dell'Utente, per semplificare la gestione di alcuni parametri (listini, sconti, permessi) che saranno illustrati nei paragrafi seguenti, è possibile classificare i diversi utenti in gruppi. E' possibile creare un numero illimitato di gruppi (vedi Figura 2-27).

La suddivisione degli Utenti in gruppi è stata realizzata per agevolare e semplificare la gestione degli Utenti, infatti gestire gruppi di Utenti omogenei consente di modificare in maniera molto semplice e veloce i diversi parametri per un numero anche molto elevato di Utenti appartenenti allo stesso gruppo.

Al fine di comprendere meglio il vantaggio di suddividere gli Utenti per Gruppi, supponiamo ad esempio che a tutti i Rivenditori dell'azienda venga riservato uno sconto del 10%. Qualora tale parametro venga specificato nella scheda di ogni Utente, nel momento in cui si desidera modificare la percentuale di sconto saremmo costretti ad aggiornare una ad una tutte le schede anagrafiche dei singoli Utenti. Tale eventualità può essere gestita in modo più semplice e rapido definendo un gruppo di Utenti chiamato, per esempio, Rivenditori, e associando ad esso tutti i rivenditori. In questo modo sarà sufficiente specificare il 10% di sconto come parametro per il gruppo. In caso di necessità basterà modificare il parametro di sconto solo per il gruppo e non per ogni singolo utente.

Sempre in sede di definizione del Gruppo Utenti è possibile associare un Listino al Gruppo Utenti, tale listino verrà utilizzato per tutti gli Utenti appartenenti al Gruppo a meno che non vi siano diverse indicazioni a livello di singolo Utente.

A livello di Gruppo Utenti inoltre è possibile definire uno sconto particolare per un determinato periodo (dalla data, alla data), anche in questo caso per il periodo di validità e se non vi sono diverse indicazioni a livello di singolo Utente verrà applicato lo sconto indicato.

Al fine di semplificare l'attività di assegnazione dei diversi Utenti al gruppo è possibile in sede di definizione o gestione del Gruppo individuare i diversi Utenti ed attribuirli o escluderli dal gruppo stesso.

Come si può facilmente constatare la suddivisione degli Utenti in Gruppi consente una gestione estremamente funzionale delle diverse operazioni che interessano tutto il gruppo di Utenti, per questo è consigliabile gestire gruppi di Utenti omogenei in modo da poter operare con celerità e soprattutto riducendo notevolmente errori e disguidi.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

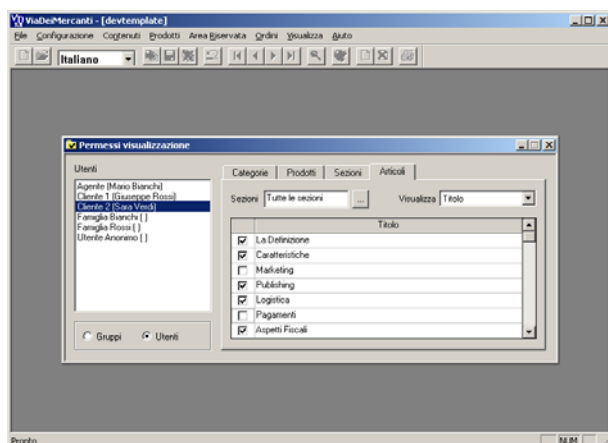
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

### 2.4.3 Permessi

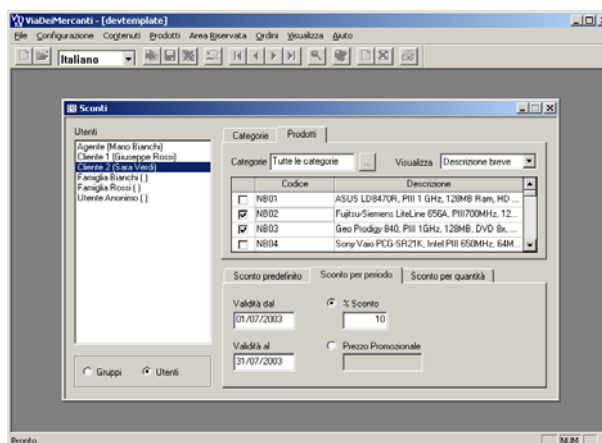
Altro aspetto molto delicato della gestione dell'area commerciale e marketing dell'azienda è l'accesso alle diverse informazioni da parte degli Utenti, si provi ad immaginare quanto sia importante che la percentuale di sconto applicata sugli acquisti di un particolare Cliente non sia divulgata ad altri Clienti con percentuali inferiori o quanto sia importante che l'accesso a determinati contenuti informativi sia riservato solamente ad alcuni determinati clienti e che tali contenuti non siano accessibili ad altri. **ViaDeiMercanti** prevede che per ogni utente o gruppo di utenti sia possibile acconsentire o negare l'accesso alle singole categorie e/o ai singoli prodotti, attivando gli opportuni permessi sul catalogo (vedi Figura 2-28), e che sia possibile acconsentire o negare l'accesso alle singole sezioni e/o articoli, attivando gli opportuni permessi sui contenuti informativi (vedi Figura 2-29).

La prima applicazione pratica è ovviamente quella di gestire prodotti e contenuti ad accesso riservato. Si pensi, per esempio, a comunicati e circolari riservate ai soli agenti.

Tuttavia il campo di applicazione è molto più vasto. Questa funzionalità consente infatti di personalizzare l'accesso alle informazioni in funzione dell'Utente collegato. Supponiamo infatti che il catalogo contenga prodotti finiti e pezzi di ricambio. Si potrebbe voler mostrare i prodotti finiti ai soli Rivenditori ed i pezzi di ricambio ai soli Centri di Assistenza. Questo non solo agevola notevolmente la navigazione tanto agli uni quanto agli altri eliminando per ciascuno i prodotti non interessanti, ma costituisce una vera e propria protezione dei diversi settori di mercato, infatti da un lato i Rivenditori non conoscono il prezzo dei ricambi e dall'altro i Centri di assistenza non conoscono il prezzo dei prodotti finiti, mantenendo opportunamente separate le due categorie di Clienti.



**Figura 2-29**



**Figura 2-30**

### 2.4.4 Sconti

La gestione degli sconti è particolarmente curata per consentire una gestione flessibile ed articolata rispondente alle diverse esigenze aziendali.

E' possibile definire gli sconti sia per ogni singolo Utente che per ogni Gruppo di Utenti, è possibile indicare uno sconto predefinito ed uno sconto per periodo: normalmente viene applicato lo sconto predefinito, mentre, solo durante il periodo indicato verrà applicato lo sconto per periodo (vedi Figura 2-30).



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



Per ogni Utente e/o per ogni gruppo di Utenti (si ricorda che possono coesistere gli sconti diversi sull'Utente rispetto alla categoria Utenti di appartenenza) è possibile definire l'applicazione degli sconti sia per categoria che per singolo prodotto; in entrambi i casi è possibile gestire uno sconto predefinito ed uno sconto per periodo.

Nel caso in cui per il singolo Utente o per il gruppo di Utenti venga definito uno sconto per singolo prodotto, oltre allo sconto in percentuale è possibile gestire anche lo sconto indicando direttamente il prezzo praticato oppure definire gli sconti per quantità sia in termini percentuali che di prezzo praticato.

Quindi le possibilità offerte dalla gestione di **ViaDeiMercanti** sono numerosissime e si adattano alla maggior parte delle politiche commerciali normalmente in uso presso ogni azienda. Tuttavia questo non deve spaventare l' esercente. Qualora infatti alcune opzioni non fossero necessarie, la configurazione del sistema rimane estremamente semplice in quanto è sufficiente non utilizzare le funzionalità non richieste limitandosi a specificare i soli parametri indispensabili.

## 2.5 Mailing list

Uno degli strumenti di comunicazione sempre più utilizzati dalle aziende è la mail (o posta elettronica). Questo strumento che sta divenendo sempre più diffuso ed utilizzato consente di effettuare comunicazioni a costi estremamente contenuti e soprattutto con la massima semplicità. **ViaDeiMercanti** consente di gestire i comunicati attraverso mail offrendo alcune funzionalità estremamente interessanti.

### 2.5.1 Interessi

La gestione della mailing list si basa sul presupposto di inviare le mail in modo mirato per evitare effetti spamming e il conseguente rifiuto da parte del Cliente delle mail future.

In altre parole l'invio delle mail è basato sul concetto che se invio una mail ad un Cliente devo inviargli comunicazioni che a lui interessano perché in caso contrario si rischia di disaffezionare il Cliente. Lo strumento mail è estremamente più potente del sistema postale tradizionale in quanto arriva direttamente alla persona senza filtri preliminari, è estremamente tempestiva (oramai la maggior parte degli impiegati lavora con la propria casella di posta aperta durante tutto l'orario di ufficio) permette di fornire una mole di informazioni estremamente elevata in quanto è possibile corredare la mail con collegamenti a prodotti ed informazioni. Tuttavia se tutto questo non interessa al nostro Cliente destinatario della mail l'effetto negativo è altrettanto potente e pericoloso. Per questo motivo è necessario gestire gli interessi degli Utenti e lasciare che gli Utenti siano in grado di attivare o disattivare l'invio delle mail inerenti a determinati argomenti.

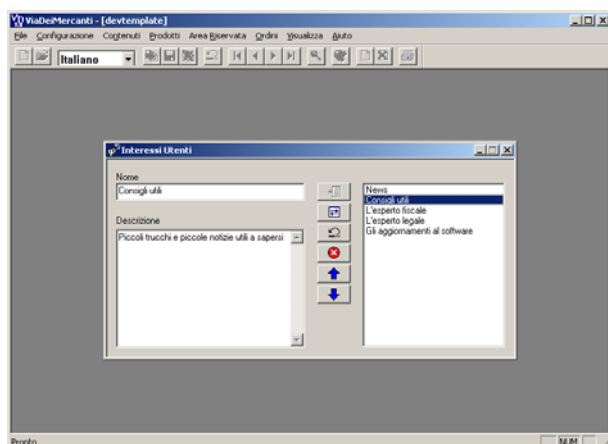
La gestione degli interessi in **ViaDeiMercanti** non è altro che un semplice elenco, dove a fronte di ogni singolo interesse è possibile inserire una descrizione (vedi Figura 2-31); tanta semplicità non deve trarre in inganno infatti si tratta della lista in base alla quale l'Utente decide quali sono i suoi interessi e di conseguenza quali mail ricevere, quindi è opportuno redigere questo elenco con la massima cura ed attenzione.



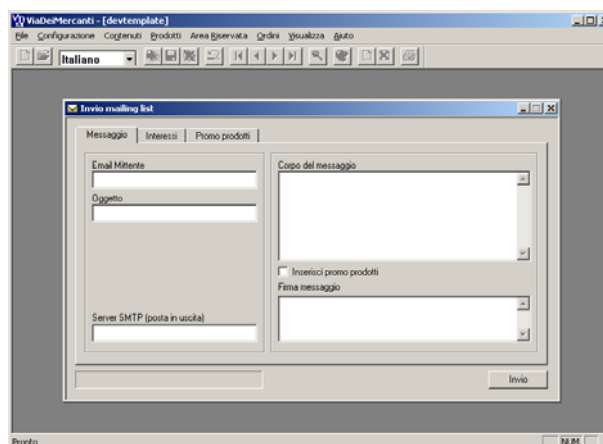
Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>



**Figura 2-31**



**Figura 2-32**

## 2.5.2 Mailing list

I comunicati agli utenti sono senz'altro una attività fondamentale per l'ufficio marketing di ogni azienda. Se tali comunicati sono effettuati in maniera mirata, ossia inviati ai soli utenti che li hanno richiesti, diventano un ottimo strumento di comunicazione.

Inviando le comunicazioni rispettando le preferenze dell'Utente, l'azienda è sicura di cogliere le aspettative dell'utente massimizzando l'efficacia del messaggio. Il sistema consente l'invio automatico di messaggi in lingua selezionando per ciascuna utente la giusta versione del testo (vedi Figura 2-32). ViaDeiMercanti oltre a consentire l'inserimento del testo della mail permette di generare automaticamente il "promo prodotti", ossia un testo pubblicitario che verrà inserito nella mail creato a partire dal catalogo.

Per redigere il promo prodotti da inserire nella mail è possibile selezionare i prodotti che dovranno farne parte e indicare le informazioni da pubblicare (codice, descrizione, categoria di appartenenza, collegamento alla scheda prodotto pubblicata sul sito, ecc.).

Alcune funzionalità come l'indicazione della parte di testo successiva il promo prodotti e l'indicazione dell'indirizzo del mittente (che potrebbe essere diverso in funzione delle necessità aziendali e dei contenuti trattati) completano la gestione delle mailing list.

Ovviamente le mailing list possono essere utilizzate per scopi diversi dalla semplice promozione commerciale, come ad esempio per la comunicazione di iniziative e manifestazioni, per fare sondaggi o per altre attività tipiche degli uffici commerciali e marketing delle imprese.

## 2.6 Ordini

ViaDeiMercanti ovviamente offre la possibilità di gestire gli ordini e a fronte di questa possibilità sono state previste alcune funzionalità specifiche volte ad offrire le opportune informazioni sia all'operatore dell'Ufficio Commerciale e marketing che al Cliente che ha effettuato l'ordine.

### 2.6.1 Tracking dell'ordine

ViaDeiMercanti prevede la possibilità per ciascun ordine di indicare il relativo stato di avanzamento (ricevuto, in evasione, evaso, spedito, pagato, ecc.); in pratica è possibile memorizzare l'intera storia dell'ordine e non solo lo stato attuale (vedi Figura 2-33).



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>

Ciascuno stato dell'ordine riporta la data, l'ora ed una descrizione; l'utente che accede allo stato dei suoi ordini attraverso l'area riservata può visionare in piena autonomia la situazione dei suoi ordini. E' possibile visualizzare una lista degli ordini effettuati, lo stato di ogni singolo ordine ed il relativo dettaglio dei prodotti ordinati.

Grazie alla gestione degli Agenti, questi ultimi hanno la possibilità di seguire l'avanzamento degli ordini di ciascun loro cliente nonché la relativa evasione ottenendo in questo modo preziose informazioni per gestire il rapporto commerciale e/o per intervenire in termini di sollecito per l'evasione.

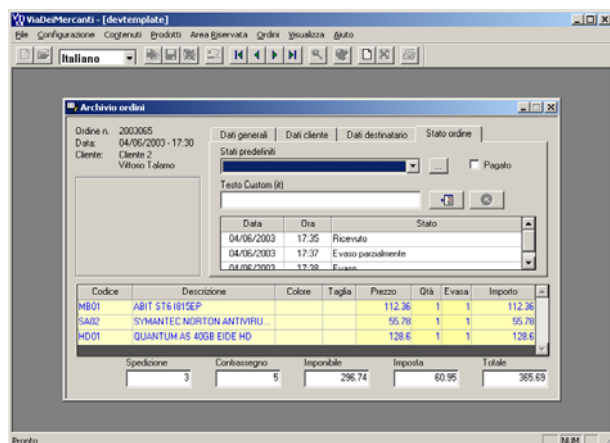


Figura 2-33

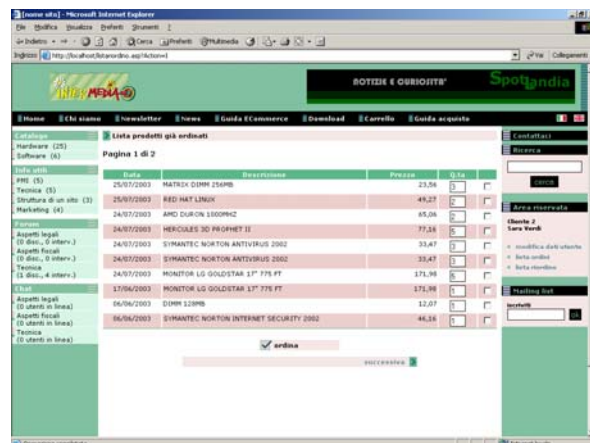


Figura 2-34

## 2.6.2 Lista riordino

In determinati settori merceologici gli ordini possono essere essenzialmente ripetitivi, periodicamente, infatti il Cliente riordina la medesima merce e in alcuni casi persino in quantità simili se non addirittura uguali. Si provi ad immaginare un ristorante che periodicamente ordina la fornitura di bibite. Per facilitare i Clienti che operano in questo modo, è disponibile la funzionalità "lista riordino" che riportando l'elenco dei prodotti acquistati in passato dal cliente (in ordine decrescente rispetto alla data di ultimo ordine di ciascun articolo: prima gli articoli ordinati più di recente e poi quelli relativi agli ordini più vecchi) permette di effettuare un ordine in modo estremamente veloce e pratico (vedi Figura 2-34). Per ciascun prodotto viene proposta la quantità acquistata nell'ultimo ordine e viene offerta la possibilità di modificare tale quantità. Il prezzo proposto, ovviamente è quello attualmente riservato al Cliente (potrebbe essere variato rispetto all'ultimo ordine effettuato). Grazie a questa funzionalità il Cliente può selezionare velocemente i prodotti che intende riacquistare e inserirli nel carrello virtuale con un semplice click del mouse.

## 2.7 Altre funzionalità di carattere generale

Si riportano di seguito alcune funzionalità di carattere generale messe a disposizione da [ViaDeiMercanti](http://www.viadeimercanti.com) per semplificare la quotidiana attività degli uffici commerciali e marketing delle imprese.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
 Via G. D'Annunzio, 18  
 84091 Battipaglia - SA  
 Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

## 2.7.1 Ricerca

La funzionalità di ricerca consente all'utente web di cercare sia i prodotti nelle cui descrizioni compaiono una o più parole chiave che gli articoli che contengono le medesime parole chiave. Questa funzionalità consente al visitatore di ricercare con facilità prodotti, informazioni ed articoli di suo interesse senza dover navigare attraverso i diversi percorsi in cui le diverse informazioni sono strutturate (vedi Figura 2-35).



**Figura 2-35**



**Figura 2-36**

## 2.7.2 Listini

Particolarmente interessante è la gestione dei Listini, infatti come già accennato in precedenza per ogni prodotto sono disponibili quattro prezzi di listino diversi per ogni lingua attiva (si ricorda che per ogni lingua è possibile definire un prezzo diverso espresso nella valuta associata alla lingua stessa). Ad ogni utente è possibile associare uno dei quattro listini oppure in mancanza di una indicazione specifica è possibile utilizzare quello indicato nel Gruppo Utenti di appartenenza. Naturalmente per ciascun gruppo di utenti è possibile specificare il listino di riferimento.

Tramite una apposita funzione e' possibile operare l'aggiornamento dei Listini (vedi Figura 2-36). Questa operazione può essere effettuata in percentuale e per le sole categorie selezionate, inoltre può essere effettuata anche sui prezzi promozionali.

## 2.7.3 Trasferimento dati con il software gestionale aziendale

ViaDeiMercanti è dotato di uno strumento che consente l'importazione e/o l'esportazione di dati ed informazioni provenienti e/o destinate ad altri applicativi gestionali; ovviamente è necessario che l'altro applicativo sia in grado di fornire e/o acquisire i dati.

Questa funzione, il cui utilizzo e la cui predisposizione sono estremamente semplici consente in alcuni casi di gestire al meglio il flusso informativo aziendale evitando di dover inserire i dati in applicativi diversi: ad esempio può essere utile ed interessante acquisire i prezzi dei prodotti direttamente dall'archivio del software gestionale di magazzino, oppure inserire direttamente gli ordini presenti su ViaDeiMercanti nell'applicativo gestionale aziendale.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**  
Via G. D'Annunzio, 18  
84091 Battipaglia - SA  
Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994  
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)  
<http://www.intermedia2000.com>

### 3 CD Rom

Con **ViaDeiMercanti**, come già accennato è possibile realizzare cataloghi aziendali su CD-Rom. Cataloghi che possono essere consegnati sia ai possibili Clienti che ai Clienti Acquisiti e persino agli Agenti.

Le prerogative su cui si basa il catalogo CD-Rom realizzato con **ViaDeiMercanti** sono estremamente semplici ma garantiscono la massima efficacia dello strumento e il massimo livello di comunicazione e funzionalità.

Il Catalogo su CD-Rom realizzato con **ViaDeiMercanti** si distacca notevolmente dai tradizionali cataloghi su CD-Rom che sono statici in quanto risultato della memorizzazione di una serie di immagini in genere scannerizzate. Molto spesso difficilmente navigabili in quanto presentano le sole funzionalità di pagina avanti e pagina indietro. Infine, dati gli elevati costi di produzione, non possono essere generati in modo personalizzato.

**ViaDeiMercanti** crea CD Rom che non solo permettono una consultazione interattiva (il catalogo su CD-Rom è perfettamente navigabile come un normale sito Internet) ma consentono di memorizzare anche i contenuti informativi ed offrono anche la possibilità di fare ordini.

L'idea è quella di realizzare sul CD-Rom un sito web che funzioni in modo completamente off-line (senza connessione ad Internet) proponendo comunque all'utente finale la stessa modalità di navigazione e le stesse funzionalità del sito web aziendale.

Questa soluzione offre notevoli vantaggi. Innanzi tutto esiste una perfetta identità tra il sito aziendale eventualmente pubblicato in Internet ed il catalogo su CD-Rom, in questo modo l'utente che visita il sito o consulta il CD-Rom non dovrà comportarsi in modo diverso ma utilizzerà esattamente le stesse modalità di navigazione e troverà la medesima modalità di esposizione dei prodotti e dei contenuti informativi.

La navigazione del catalogo su CD-Rom sebbene offra molteplici possibilità in termini funzionali risulta estremamente semplice in quanto oramai tutti sono in grado di navigare un sito Internet e soprattutto la navigazione di un sito Internet è estremamente intuitiva, quindi il nostro utente non dovrà seguire particolari istruzioni o imparare comandi particolari.

L'aspetto grafico del catalogo su CD-Rom inoltre è il medesimo del sito Internet (viene utilizzato il medesimo modello grafico) e quindi non solo si risparmiano investimenti economici perché viene riutilizzato il modello grafico utilizzato per il sito Internet, ma si presume che tale aspetto grafico rispecchi fedelmente l'immagine aziendale.

Le diverse funzionalità infine rendono il CD-Rom un vero e proprio strumento commerciale in quanto non solo è dotato delle medesime funzionalità del sito Internet (possibilità di effettuare ordini, possibilità di fare ricerche, possibilità di consultare il sito in lingua, ecc.) ma la possibilità di creare il CD-Rom in modo personalizzato permette di realizzare un catalogo con esposti i prezzi ed i contenuti informativi specifici per l'Utente a cui è destinato.

Va precisato che la creazione del CD-Rom richiede pochi istanti e che **ViaDeiMercanti** genera una cartella già completa e pronta per essere masterizzata per generare un CD-Rom autopartente ed autoinstallante.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

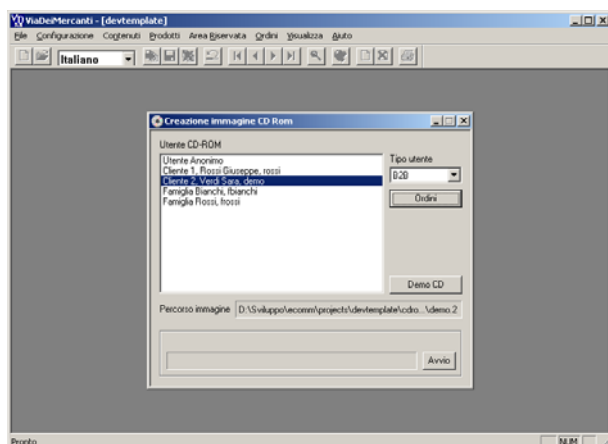
84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

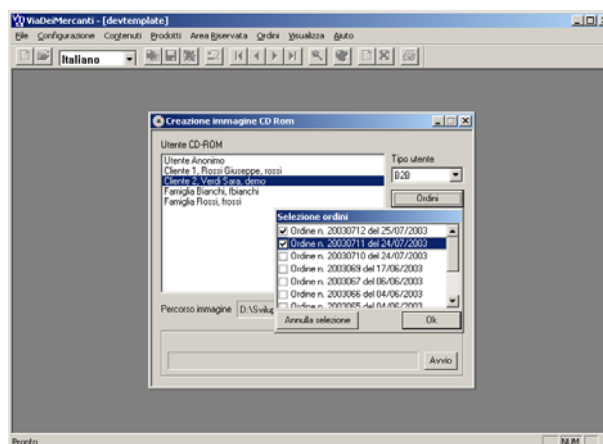
[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>





**Figura 3-1**



**Figura 3-2**

### 3.1 Creazione del CD-Rom

La creazione del CD-Rom è completamente automatizzata, all'operatore viene richiesto solo di indicare per quale Utente il CD-Rom deve essere creato (vedi Figura 3-1).

Come già accennato è possibile creare versioni personalizzate del CD-Rom per ciascun Utente e se si considera che tra gli Utenti (oltre ai normali Clienti) vengono ricompresi sia l'Utente Anonimo che gli Agenti ci si rende conto che l'operazione non è banale.

Creare un CD contenente tutti i dati per poi visualizzare solo quelli consentiti all'utente che lo ha ricevuto potrebbe generare dei seri problemi di sicurezza: un utente esperto potrebbe riuscire ad avere accesso a dati a lui non consentiti e quindi prendere visione dei dati riservati ad altri Utenti.

La funzione di creazione del CD Rom di **ViaDeiMercanti** prevede la creazione di una versione dell'archivio contenente i soli dati riservati all'utente selezionato. In questo modo anche l'utente più esperto non riuscirà mai a vedere dati che non esistono sul CD-Rom. Quindi anche la sicurezza dei contenuti riferiti ad altri Utenti viene accuratamente salvaguardata.

Come accennato il CD Rom può essere creato per Utente classificato come Agente, in questo caso nel CD-Rom saranno presenti i dati inerenti a tutti i Clienti attribuiti all'Agente, ma non saranno comunque presenti i dati inerenti degli altri Clienti. Con questa soluzione è possibile dotare l'Agente di un CD-Rom creato appositamente per le sue esigenze

### 3.2 Gestione ordini

Come già accennato il CD-Rom rispetta tutte le caratteristiche di un sito Internet anche se opera off-line e soprattutto il CD-Rom creato con **ViaDeiMercanti** offre molteplici funzionalità grazie ad un apposito componente software che viene memorizzato sul CD-Rom stesso in fase di creazione; il componente **ViaDeiMercanti** che viene memorizzato sul CD-Rom e che consente la navigazione del CD Rom, non si limita a presentare i contenuti pubblicati ma offre anche la possibilità di redigere ordini off-line (senza connessione ad Internet). In questo caso gli ordini saranno memorizzati in locale sul PC dell'utente che potrà collegarsi ad Internet quando vorrà inoltrare tutti gli ordini all'Azienda oppure chiedere la stampa degli ordini e inoltrarli con sistemi tradizionali (fax, posta, ecc). Questo sistema si rivela molto utile per l'attività degli agenti che grazie ad un PC portatile potranno effettuare ordini presso i loro clienti senza



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>



problemi di connessione e successivamente inoltrarli tutti insieme all'azienda non appena ha una connessione Internet disponibile o al suo rientro in ufficio.

### 3.3 Aggiornamento dei contenuti

Normalmente le informazioni distribuite tramite CD Rom sono destinate a rimanere statiche non essendo il supporto utilizzato aggiornabile. **ViaDeiMercanti** consente di superare tale limitazione utilizzando il CD esclusivamente come supporto fisico. Il CD-Rom realizzato da **ViaDeiMercanti** è installabile sul PC. Con l'installazione, tutti i contenuti vengono trasferiti sul disco rigido del PC dell'utente, in questo modo i dati divengono di fatto aggiornabili.

Questo sistema consente di eliminare l'esigenza di inviare continuamente nuove versioni del CD Rom. Premesso che con l'installazione del CD-Rom sul PC viene memorizzato anche il componente per la navigazione dei dati del CD-Rom e considerato che tale componente è in grado di gestire anche gli aggiornamenti dei contenuti, qualora il destinatario del CD-Rom disponga di una normale connessione Internet può collegarsi al sito aziendale e richiedere di aggiornare i soli dati modificati.

L'aggiornamento riguarda l'intero archivio ed è bidirezionale, ovvero in fase di aggiornamento è possibile inviare ordini e ricevere l'aggiornamento di tutti i dati che sono stati modificati sul sito nel pieno rispetto dei permessi e delle autorizzazioni di accesso.

Nel caso dell'agente sarà quindi possibile ricevere non solo gli aggiornamenti di eventuali nuovi prodotti, variazioni di prezzo, nuovi contenuti informativi ma anche gli aggiornamenti inerenti lo stato degli ordini dei propri clienti, in modo da poter disporre di informazioni costantemente aggiornate fruibili in qualsiasi momento anche off-line.

### 3.4 Selezione del catalogo prodotti

Abbiamo già accennato come sia possibile creare CD Rom che contengano solo i prodotti cui l'utente selezionato ha accesso. Esiste comunque una ulteriore possibilità rispetto alla selezione dei prodotti da pubblicare sul CD-Rom; dopo aver selezionato un utente è possibile richiedere che il contenuto del CD-Rom sia costituito esclusivamente dai prodotti che compongono uno o più ordini (vedi Figura 3-2). Quindi selezionando ulteriormente uno o più ordini effettuati dal Cliente selezionato è possibile creare un CD contenente i soli prodotti ordinati.

Questo strumento può essere estremamente utile per inviare informazioni tecniche, documentazione, brochure ed ogni altro tipo di informazione relativa ai prodotti ordinati.



Azienda certificata UNI EN ISO 9001-2000

**Intermedia S.r.l.**

Via G. D'Annunzio, 18

84091 Battipaglia - SA

Tel. 0828 302495 - Fax 0828 302994

[info@intermedia2000.com](mailto:info@intermedia2000.com)

<http://www.intermedia2000.com>