

Gentili colleghi,

siamo lieti di comunicarVi che ci apprestiamo finalmente al lancio della **nuova versione della piattaforma CRM** (accessibile direttamente dal telematico). Confeserfidi, infatti, in linea con il piano industriale, ha approvato **specifici programmi da realizzare in collaborazione con la Rete Distributiva** utilizzando lo strumento del CRM o Customer Relationship Management.

La partenza delle prime campagne è stata programmata già per la prossima settimana, pertanto **Vi invitiamo a prendere opportuna visione del documento** trasmesso in allegato "CRM 2020 - LINEE GUIDA E MANUALE D'USO" che illustra nel dettaglio il funzionamento della nuova piattaforma CRM.

Di seguito le campagne e le azioni commerciali previste per il 2020:

LE CAMPAGNE

- Credit Light, è il programma dedicato alla riattivazione dei rapporti con le banche
- Campagna soci, che prevede offerte agevolate dedicate ai soci in bonis del Confidi
- Credit for you, l'esclusivo progetto riservato alle Banche, con il supporto di Crif
- Tranched, prodotti finanziari con politica di credito agevolata a favore di aziende socie e non socie
- Campagna OP dell'olio, prodotto finanziario dedicato alle Organizzazione dei produttori Olivicoli
- Financial Serenity, a cura dell'ufficio consulenza crisi d'impresa, per offrire soluzioni e consulenza per la serenità finanziaria di tutte quelle aziende socie in bonis o con scaduto, non ancora deteriorato e per evitare che lo diventi.

AZIONI COMMERCIALI

- Leads, azione commerciale a cura dell'Ufficio Marketing Confeserfidi, in collaborazione con la Rete Distributiva, per gestire tutte le richieste qualificate pervenute tramite Sito internet, Landing pages, Centralino, etc.

Allegato: "CRM 2020 - LINEE GUIDA E MANUALE D'USO"

Buon Lavoro

Revolution 2020

**Il supporto ConfeserFidi ai
Consulenti commerciali:
il CRM e le
Campagne di vendita**

**ConfeserFidi al centro delle
relazioni commerciali tra imprese**

documento interno

I programmi di vendita ConfeserFidi per l'anno 2020

Confeserfidi, in linea con il piano industriale, ha approvato specifici programmi da realizzare insieme ai Consulenti commerciali con l'uso del CRM:

CAMPAGNE

1. Credit Light, è il programma dedicato alla riattivazione dei rapporti con le banche
2. Campagna soci, che prevede offerte agevolate dedicate ai soci in bonis del Confidi
3. Credit for you, l'esclusivo progetto riservato alla Banca Agricola Popolare di Ragusa, con il supporto di Crif
4. Tranched, prodotti finanziari con politica di credito agevolata a favore di aziende socie e non socie.
5. Campagna OP dell'olio, prodotto finanziario dedicato alle Organizzazione dei produttori Olivicoli
6. Financial Serenity, a cura dell'ufficio consulenza crisi d'impresa che si avvale dei consulenti commerciali, per offrire soluzioni e consulenza (a pagamento) per la serenità finanziaria di tutte quelle aziende socie in bonis o con scaduto, non ancora deteriorato e per evitare che lo diventi

AZIONI COMMERCIALI

1. Leads, azione commerciale a cura del Centralino e dell'Ufficio Marketing Confeserfidi, che si avvale della Rete Commerciale per gestire tutte le richieste qualificate pervenute tramite Sito internet, Landing pages, Centralino, etc.

Le “Campagne” e l’assegnazione delle imprese selezionate ai consulenti commerciali: il CRM

Il CRM o Customer Relationship Management è uno strumento utilizzato per la gestione dei contatti, la gestione delle vendite, la produttività e altro ancora. L'obiettivo di un sistema CRM è semplice: migliorare la strategia e tutte le interazioni alla base del business perché consente di migliorare la gestione di tutti i rapporti e le interazioni di un'azienda che hanno luogo con i clienti potenziali ed esistenti. Un sistema CRM aiuta le aziende a rimanere in contatto con i clienti, a semplificare i processi e a migliorare la redditività.

La Sede centrale Confeserfidi inizia con il creare un “campagna” per ciascuno dei programmi prima citati.

A monte, la Sede ha effettuato elaborazioni dettagliate, al fine di fornire ai consulenti liste d’impresa (o di filiali bancarie nel caso del Credit Light) quanto più selezionate sia dal punto di vista del merito creditizio che dell’obiettivo che la campagna si prefigge.

La sede “assegna” a questo punto la relazione (impresa o filiale) a ciascun consulente che da quel momento può avviare le attività meglio descritte nel seguito.

Le “azioni commerciali” ed il CRM

Nel caso del programma “Leads”, non si tratta di una vera e propria campagna ma di un’azione commerciale assimilata volta a rendere fruttuosi i contatti pervenuti in Confeserfidi tramite i vari canali indiretti (Web, centralino, etc.): per questi contatti, non vi è una selezione iniziale se non meramente geografica o di opportunità commerciale, decisa in maniera insindacabile dalla Direzione Commerciale.

Campagne per le **IMPRESE**

Ci si riferisce in questo paragrafo alle “campagne” il cui target sono le imprese, assegnate ai singoli consulenti commerciali:

1. Campagna soci, che prevede offerte agevolate dedicate ai soci in bonis del Confidi
2. Credit for you, l'esclusivo progetto riservato alla Banca Agricola Popolare di Ragusa, con il supporto di Crif
3. Tranched, prodotti finanziari con politica di credito agevolata a favore di aziende socie e non socie.
4. Campagna OP dell'olio, prodotto finanziario dedicato alle Organizzazione dei produttori Olivicoli
5. Financial Serenity, a cura dell'ufficio consulenza crisi d'impresa che si avvale dei consulenti commerciali

Confeserfidi mette a disposizione il CRM, piattaforma della relazione con le imprese nella fase di vendita, per aiutare il consulente a svolgere l'attività in linea con le “campagne” assegnate.

Fornendo una panoramica generale (si vedano figure alla fine del manuale), creando i singoli eventi/attività, il consulente genera automaticamente gli eventi nel calendario (fornito all'interno della piattaforma CRM, per ricordarsi di incontrare o telefonare ad una certa data e ora, al titolare dell'impresa o di chi si occupa dei finanziamenti bancari) tenendo così traccia dello “stato dell'opportunità di vendita” rispetto ad una certa determinata impresa, a lui assegnata tramite lo stesso CRM.

Il consulente perciò deve tenere costantemente aggiornata **la piattaforma CRM, che è stata costruita, in particolare, per tenere traccia dalla fase di contatto con l'imprenditore per la spiegazione dei servizi e fino all'accettazione del preventivo da parte dello stesso**. Si raccomanda perciò ai consulenti commerciali, di aggiornare il CRM tempestivamente e contestualmente all'evento/attività!

Le fasi successive (in pratica dopo che il cliente ha deciso di acquistare firmando i preventivi) non sono incluse nel CRM, e quindi la presentazione della pratica al Confidi viene ordinariamente gestita direttamente e monitorata direttamente dal telematico.

Prima fase: Spiegazione Servizi

Questa fase rappresenta la/e visita/e aziendale/i (on site o anche con modalità smart tra cui telefono, videoconferenza, ecc..) durante le quali si contatta e si spiegano all'imprenditore i servizi o il prodotto oggetto della campagna.

L'obiettivo che ha il consulente, in questa fase, è quella, ovviamente, di convincere l'imprenditore della bontà dell'offerta oggetto della campagna, spiegandone tutti i vantaggi e rispondendo alle prime obiezioni.

Per una maggiore percentuale di successo, è necessario che il consulente si prepari adeguatamente prima dell'appuntamento, attraverso l'utilizzo delle piattaforme e banche dati di cui dispone (telematico, sonar, piattaforma crif – in particolare il report impresa che contiene tutti i dati pubblici) oltre che, ovviamente, informazioni di piazza che può reperire prima dell'incontro, anche attraverso gestori imprese delle banche e/o informatori vari.

Per ogni passaggio svolto durante la fase di "presentazione servizi" il consulente riporta sul CRM l'attività svolta e l'esito della stessa procedendo ad aggiornare tempestivamente il relativo "stato", selezionato nel menu a tendina scegliendolo tra le opzioni disponibili:

1. Spiegazione servizi, in corso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare i motivi del perché la fase di lavorazione è “in corso”, ad esempio “appuntamento rinviato dal titolare” ecc..*)
2. Spiegazione servizi, interessato - **vinto**
3. Spiegazione servizi, non interessato – chiuso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare e motivare dettagliatamente i motivi del perché l’offerta non è stata di interesse per il cliente ad esempio: non ha bisogno di credito in questo momento. Nota bene: non parlare di prezzi in questa fase, se non dei migliori tassi di interessi bancari che ConfeserFidi può offrire. Nell’ipotesi li abbia ancora più bassi, sospendere la visita e contattare l’area commerciale della banca per fare visita congiunta)*

Il primo “stato” si deve usare nell’ipotesi di più incontri e/o telefonate finalizzate alla presa dell’appuntamento per la spiegazione (ad esempio perché il consulente ha chiamato per fissare il primo appuntamento, oppure perché l’incontro viene rinviato o non completato, oppure perché il cliente ci richiede di contattarlo più avanti, ecc), indicando la data del nuovo appuntamento creando il nuovo evento “spiegazione servizio, in corso” al fine di tenere traccia nel calendario delle attività da fare, spiegando nelle annotazioni il motivo dell’incontro nonché ogni informazione utile a far capire al referente del progetto (il responsabile commerciale) le impressioni del cliente, la qualità del rapporto avviato, ecc..

Nota: utilizzare le annotazioni per trasferire importanti informazioni al referente del progetto e per tenere a futura memoria informazioni sull’azienda e sugli uomini chiave dell’impresa

E’ evidente che, se il cliente, al primo appuntamento si pronuncia immediatamente sul proprio interesse o meno a proseguire, creare subito il relativo stato spiegazione servizi “vinto” o “chiuso”.

Seconda fase: valutazione dei requisiti dell'impresa

Questa fase rappresenta i vari passaggi necessari e propedeutici per definire se l'azienda è in linea con la politica di credito del confidi e della banca nonché del prodotto finanziario in promozione.

Si tratta quindi della fase di verifica della prebancabilità, sia attraverso l'esame della Crif sprint (a seguito sottoscrizione del relativo fascicolo) sia attraverso la raccolta e l'esame della documentazione aziendale, che della raccolta del parere ufficioso da parte gestore imprese della banca alla quale si intende presentare la richiesta di finanziamento.

Anche in questo caso vi possono essere diversi “stati dell'opportunità di vendita” di cui bisogna tener traccia creando eventi corrispondenti, scegliendo tra le opzioni seguenti:

1. Valutazione requisiti in corso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare perché la fase di lavorazione è “in corso”, ad esempio “mancano documenti che il commercialista deve fornire” ecc..*)
2. Valutati requisiti, positivi: interessato – vinto
3. Valutati requisiti, positivi: non interessato – chiuso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare e motivare dettagliatamente i motivi del non interesse*)
4. Valutati requisiti, negativi: chiuso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare e motivare dettagliatamente i motivi della valutazione negativa*)

Nota: utilizzare le annotazioni per trasferire importanti informazioni al referente del progetto (il responsabile commerciale) e per tenere a futura memoria informazioni sull'azienda e sugli uomini chiave dell'impresa

Terza ed ultima fase: negoziazione

Questa fase conduce all'approvazione e sottoscrizione del preventivo del pricing da parte dell'impresa.

Anche in questo caso vi possono essere diversi “stati dell'opportunità di vendita” di cui bisogna tener traccia creando eventi corrispondenti, scegliendo tra le opzioni seguenti.

1. Negoziazione in corso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare il perché è “in corso” la fase di lavorazione, ad esempio “il cliente si deve consultare con gli altri soci” ecc..*)
2. Negoziazione chiusa vinta
3. Negoziazione chiusa persa (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare e motivare dettagliatamente i motivi del perché la trattativa non si è chiusa con l'acquisto della promozione.*
Nota: se il cliente ne fa una questione di tasso della banca e/o di costi del Confidi, rinviare appuntamento e ritornare con la banca ed il responsabile commerciale ConfeserFidi)

Nota: utilizzare le annotazioni per trasferire importanti informazioni al referente del progetto e per tenere a futura memoria informazioni sull'azienda e sugli uomini chiave dell'impresa.

Confeserfidi raccomanda vivamente ai consulenti commerciali di riportare sulla piattaforma CRM tutte le informazioni sulla soddisfazione o meno del cliente, sulla velocità o meno che abbiamo assicurato, sui tassi o il pricing che sono stati considerati o meno soddisfacenti, sulla consulenza professionale o meno offerta, sul fatto che altri confidi stanno facendo analoghe promozioni, ecc..

Tutte informazioni utili che arrivano dal consulente al Confidi, che così potrà migliorare il servizio.

Campagne per le **BANCHE**

Ci si riferisce, in questo paragrafo, alla **campagna “Credit Light”**, che è il programma dedicato alla riattivazione dei rapporti con le banche ed in particolare con i relativi gestori imprese e filiali bancarie.

Confeserfidi mette a disposizione il CRM, in questo caso adattato alla gestione della relazione con le filiali bancarie, per aiutare il consulente a svolgere l'attività in linea con le finalità della campagna **Credit Light**, il cui fine ultimo è quello di ottenere dai gestori imprese delle banche segnalazioni qualificate di imprese pronte ad essere finanziate.

Anche per questa campagna, creando i singoli eventi/attività, il consulente genera automaticamente gli eventi nel calendario (fornito all'interno della piattaforma CRM, per ricordarsi di incontrare o telefonare ad una certa data e ora, al gestore imprese della filiale, preposto, ecc..) tenendo così traccia dello “stato” delle attività rispetto ad una certa determinata filiale, a lui assegnata tramite lo stesso CRM.

Il consulente perciò deve tenere costantemente aggiornata la piattaforma CRM, che è stata costruita, in particolare, per tenere traccia dalla fase di contatto con le singole filiali per la spiegazione della campagna “Credit Light” e dei vantaggi per la banca, fino al costante ricevimento delle segnalazione di imprese da finanziare, da parte delle stesse, al consulente ConfeserFidi.

Si raccomanda perciò ai consulenti commerciali, di aggiornare il CRM tempestivamente e contestualmente all'evento/attività!

NOTA: una volta ricevuta la segnalazione dell'impresa da parte del gestore NON occorre gestire con il CRM IMPRESE, la fase di contatto con l'imprenditore per la spiegazione dei servizi e fino all'accettazione del preventivo da parte dello stesso, perché il riscaldamento della relazione si ritiene sia stato anticipatamente fatto dal responsabile della filiale.

E' importante invece creare una apposito evento "omnicomprensivo" sempre nel CRM della campagna BANCA (esempio CREDIT LIGHT) su cui si riporta in poche righe di aver incontrato il cliente, di aver fatto la verifica dei requisiti di merito creditizio, di aver effettuato o meno la vendita del finanziamento credit light con , ovviamente, il dettaglio del motivo della non conclusione)

Le fasi successive non sono incluse nel CRM, ad esempio la presentazione della pratica al Confidi, in quanto gestita direttamente e monitorata direttamente dal telematico.

Prima fase: presentazione Credit Light e vantaggi per la Banca

Questa fase rappresenta la/e visita/e alla filiale bancaria (anche con modalità smart come il telefono, la videoconferenza ecc..) e si richiede di riportare tempestivamente sul CRM l'esito di tale attività, scegliendo nel menu a tendina lo "stato" tra le seguenti opzioni:

1. Presentazione Credit Light in corso (*in questo caso, nel quadrante "Esito" spiegare il perché la fase di lavorazione è "in corso", ad esempio "appuntamento rinviato dal gestore" ecc..*)
2. Presentazione Credit Light interessato - vinto
3. Presentazione Credit Light non interessato – chiuso (*in questo caso, nel quadrante "Esito" spiegare e motivare dettagliatamente i motivi che non hanno indotto il gestore imprese o preposto della banca ad essere interessato alla promozione*)

Il primo "stato" si deve usare nell'ipotesi di più incontri e/o telefonate finalizzate alla presa di appuntamenti per la spiegazione, anche perché nelle filiali ci possono essere più gestori imprese (ad esempio perché il consulente ha chiamato per fissare il primo appuntamento,

oppure perché l'incontro viene rinviato o non completato, oppure perché il gestore ci richiede di contattarlo più avanti, ecc), indicare la data del nuovo appuntamento creando il nuovo evento "presentazione Credit Light in corso" al fine di tenere traccia nel calendario delle attività da fare, spiegando nelle annotazioni il motivo dell'incontro nonché ogni informazione utile a far capire al referente del progetto le impressioni sul comportamento del gestore imprese, la qualità del rapporto avviato, ecc..

A conclusione di tali appuntamenti creare il nuovo evento di "stato" della presentazione Credit Light "vinto" o "perso". Se il gestore imprese, al primo appuntamento si pronuncia immediatamente, creare subito il relativo stato spiegazione servizi "vinto" o "perso".

Nel caso di filiale non censita o per l'aggiunta di nuovi gestori, il Consulente può utilizzare l'apposita funzione della piattaforma CRM.

Seconda fase: sviluppo della relazione con il gestore imprese della banca

Questa fase rappresenta i vari passaggi di "riscaldamento" della relazione tra consulente commerciale ed il gestore imprese necessari e propedeutici per ottenere segnalazioni di imprese al quale fare finanziamenti.

Anche in questo caso vi possono essere diversi "stati" che rappresentano il progressivo avanzamento della qualità della relazione di cui bisogna tener traccia creando eventi corrispondenti, scegliendo tra le opzioni seguenti:

1. Gestore proattivo, partecipativo, segnalerà pratiche (*in questo caso, nel quadrante "Esito" spiegare la fase di lavorazione, ad esempio "fissato nuovo appuntamento di riscaldamento alle oredel giorno... ecc..)*
2. Segnalazione pratica da parte del gestore - vinto

-
3. Gestore non proattivo, non partecipativo, non segnalerà pratiche – chiuso (*in questo caso, nel quadrante “Esito” spiegare e motivare dettagliatamente i motivi del perché il gestore imprese o il preposto della filiale non segnaleranno pratiche*)

Con la prima opzione “Gestore proattivo, partecipativo, segnalerà pratiche”, il consulente crea un nuovo evento/attività per ogni appuntamento/telefonata di riscaldamento aggiuntiva che viene programmata fino a quando non farà effettivamente le segnalazioni.

Con le successive opzioni, il consulente crea il nuovo evento di stato “vinto” o “chiuso”.

Se il gestore imprese, al primo appuntamento immediatamente fa al consulente Confeserfidi una segnalazione di impresa da finanziare, il consulente crea subito il relativo stato “Segnalazione pratica da parte del gestore – vinto”

Nota: utilizzare le annotazioni per trasferire importanti informazioni al referente del progetto e per tenere a futura memoria informazioni sull'azienda e sugli uomini chiave dell'impresa

Il Consulente fornisce dettagliate informazioni sulla soddisfazione del gestore imprese, sulla velocità che abbiamo assicurato, sulle condizioni del progetto Credit Light, sulla motivazione del gestore imprese a collaborare, ecc..

Tutte informazioni che servono a migliorare via via il progetto

Azione Commerciale

LEADS

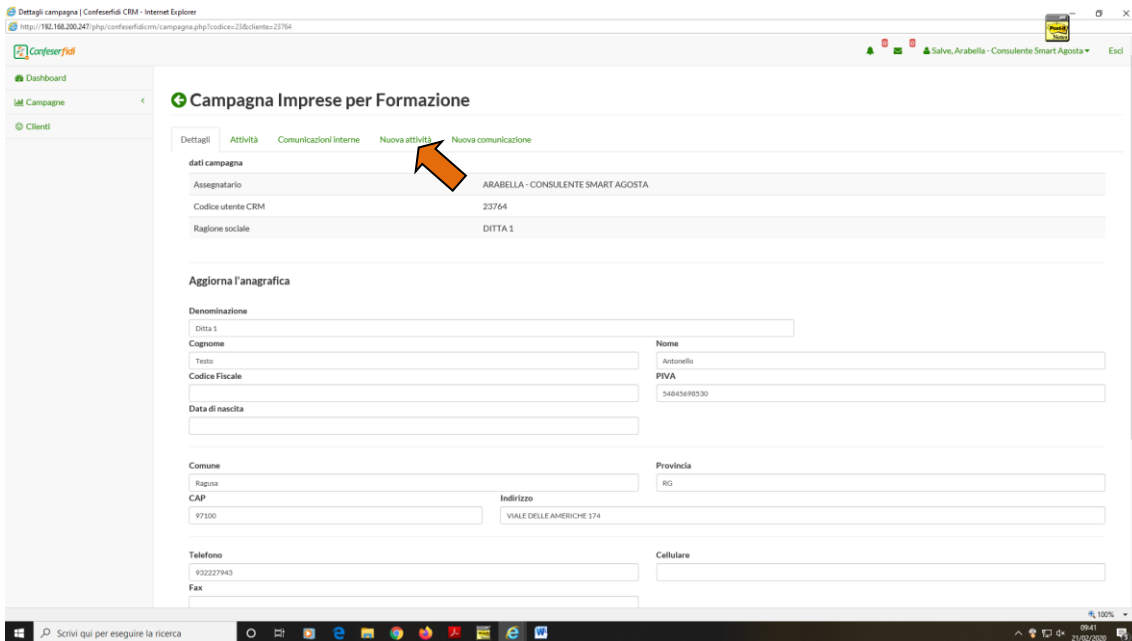
Ci si riferisce, in questo paragrafo, all'azione commerciale "Leads", che è il programma volto a rendere fruttuosi i contatti pervenuti in Confeserfidi tramite i vari canali indiretti (Web, centralino, etc.).

Confeserfidi mette a disposizione il CRM, in questo caso adattato alla gestione dei nominativi non in portafoglio, per tracciare tutte le richieste che quotidianamente arrivano in Confeserfidi e che, finora, sono sempre state gestite tramite e-mail.

Grazie a questo strumento, tutte le richieste pervenute "extra-rete commerciale" (ma che saranno comunque gestite dalla Rete Commerciale), saranno tracciate fino al riscontro finale (feedback) che potrà ovviamente essere negativo o positivo (si segue la modalità della campagna classica).

Si raccomanda perciò ai consulenti commerciali, di aggiornare il CRM tempestivamente e contestualmente all'evento/attività!

Utilizzo della piattaforma CRM



Dettagli campagna | ConfeserFidi CRM - Internet Explorer
http://192.168.200.247/php/confeserfidicrm/campagna.php?codice=23&cliente=23764

ConfeserFidi

Dashboard
Campagne
Clienti

Campagna Imprese per Formazione

Dettagli Attività Comunicazioni interne **Nuova attività** Nuova comunicazione

dati campagna

Assegnatario	ARABELLA - CONSULENTE SMART AGOSTA
Codice utente CRM	23764
Ragione sociale	DITTA 1

Aggiorna l'anagrafica

Denominazione
Ditta 1

Cognome
Testo

Codice Fiscale

Data di nascita

Nome
Antonello

PIVA
348456198330

Comune
Raposa

Provincia
RG

CAP
97100

Indirizzo
VIALE DELLE AMERICHE 174

Telefono
932227943

Cellulare

Fax

Scrivi qui per eseguire la ricerca

100%
19:43
25/02/2020

← Campagna Imprese per Formazione

[Dettagli](#)
[Attività](#)
[Comunicazioni interne](#)
[Nuova attività](#)
[Nuova comunicazione](#)

Tipo attività

SELEZIONA
Altro - specificare
Appuntamento presso Azienda
Appuntamento presso banca
Appuntamento presso commercialista
Appuntamento presso Confeserfidi
Contatto email
Contatto telefonico
Ritiro documenti

Data pianificata/scadenza

21/02/2020

← Campagna Imprese per Formazione

[Dettagli](#)
[Attività](#)
[Comunicazioni interne](#)
[Nuova attività](#)
[Nuova comunicazione](#)

Tipo attività

Appuntamento presso Azienda



Stato cliente

SELEZIONA
Fase 1 - Spiegazione servizi, in corso
Fase 1 - Spiegazione servizi, interessato - vinto
Fase 1 - Spiegazione servizi, non interessato - chiuso
Fase 2 - Valutazione requisiti in corso
Fase 2 - Valutati requisiti, positivi: interessato - vinto
Fase 2 - Valutati requisiti, positivi: non interessato - chiuso
Fase 3 - Negoziazione in corso
Fase 3 - Negoziazione chiusa - vinta
Fase 3 - Negoziazione chiusa - persa

Chiude precedente attività schedata

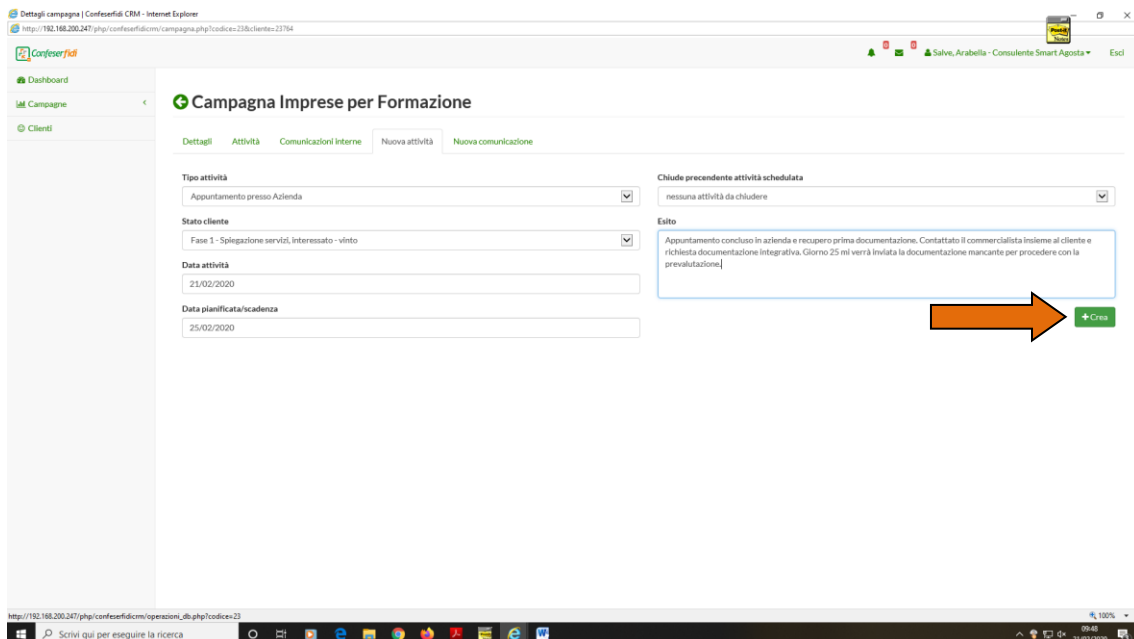
nessuna attività da chiudere



Esito

Appuntamento concluso in azienda e recupero prima documentazione. Contattato il commercialista insieme al cliente e richiesta documentazione integrativa. Giorno 25 mi verrà inviata la documentazione mancante per procedere con la prevalutazione.

+ Crea



Dettagli campagna | ConfeserFidi CRM - Internet Explorer
http://192.168.200.247/php/confeserfidicrm/campagna.php?codice=23&cliente=23764

ConfeserFidi

Dashboard
Campagne
Clienti

Campagna Imprese per Formazione

Dettagli Attività Comunicazioni Interne Nuova attività Nuova comunicazione

Tipo attività
Appuntamento presso Azienda

Stato cliente
Fase 1 - Spiegazione servizi, interessato - vinto

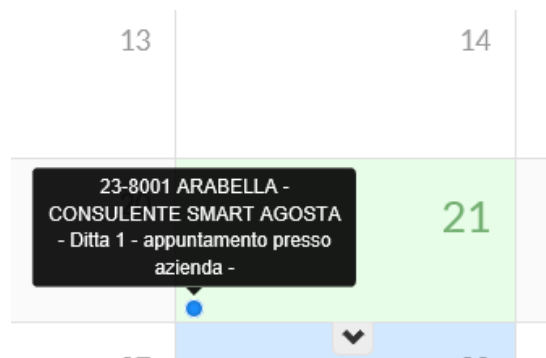
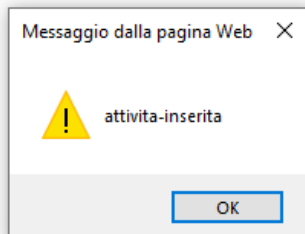
Data attività
21/02/2020

Data pianificata/scadenza
25/02/2020

Chiude precedente attività schedata
nessuna attività da chiudere

Esito
Appuntamento concluso in azienda e recupero prima documentazione. Contattato il commercialista insieme al cliente e richiesta documentazione integrativa. Giorno 25 mi verrà inviata la documentazione mancante per procedere con la prevalutazione.

+ Crea



 **Salve, Arabella - Consulente Smart Agosta** Esci

Campagna Imprese per Formazione

Dettagli **Attivit ** Comunicazioni interne Nuova attivit  Nuova comunicazione

Attore	Tipo attivit�	Status	Descrizione	data inserimento	data attivit�	data schedulata
ARABELLA - CONSULENTE SMART AGOSTA	Appuntamento presso banca	Fase 3 - Negoziazione chiusa - vinta	Pratica concordata con il gestore. Consegnare pratica al Confidi.	21/02/2020	28/02/2020	
ARABELLA - CONSULENTE SMART AGOSTA	Appuntamento presso azienda	Fase 2 - Valutati requisiti, positivi: Interessato - vinto	Recuperata documentazione. Estratta Crif (Verde 5).	21/02/2020	25/02/2020	28/02/2020 - chiuso
ARABELLA - CONSULENTE SMART AGOSTA	Appuntamento presso azienda	Fase 1 - Selezione servizi: Interessato - vinto	Appuntamento concluso in azienda e recupero prima documentazione. Contattato il commercialista insieme al cliente e richiesta documentazione integrativa. Giorno 25 mi verr� inviata la documentazione mancante per procedere con la prevalutazione.	21/02/2020	21/02/2020	25/02/2020 - chiuso

Con la nuova release è inoltre possibile aggiornare le anagrafiche delle campagne. Per esempio nella “Campagna Banche” è possibile inserire il nominativo ed altri eventuali dati del Direttore della filiale.

Campagna Banche per Formazione

Descrizione

Una campagna per la formazione degli utenti sull'utilizzo del CRM per le banche

Cerca all'interno della campagna

Denominazione

Città

cerca

Dati Campagna

1

Denominazione	Città
BPER - filiale CATANIA 1	CATANIA (RG)
BPER - Filiale MESSINA 1	MESSINA (RG)

← Campagna Banche per Formazione

Dettagli Attività Comunicazioni interne Nuova attività Nuova comunicazione

dati campagna

Assegnatario	ARABELLA - CONSULENTE SMART AGOSTA
Codice utente CRM	23769
Ragione sociale	BPER - filiale CATANIA 1

Aggiorna l'anagrafica

Denominazione

BPER - filiale CA

Cognome

Dott. Rossi

Nome

Codice Fiscale

PIVA

548456985

Data di nascita