

## GEO WEB SERVICE PER L'ATTIVITÀ COMMERCIALE DI ACANTHO

Alessandro SERAVALLI (\*)

(\*) SIS.TER S.r.l.. Via Mentana 10, 40026 Imola (Bo), 0542364030, a.seravalli@sis-ter.it

### Abstract

Acantho S.p.A è una realtà industriale operante nell'ambito dei progetti di sviluppo dell'innovazione tecnologica e del territorio in Emilia-Romagna. Recentemente l'azienda, in raggruppamento con Infracom, si è aggiudicata la gara della frequenza Wimax per le frequenze in Emilia Romagna.

A seguito di questo importante sviluppo Acantho si è voluta dotare di un sistema di geomarketing e di gestione dell'attività commerciale scegliendo SIS.TER di Imola come partner tecnologico per il progetto.

Il sistema richiesto doveva consentire di avere sotto controllo tutta la gestione operativa commerciale nei confronti dei clienti od essi potenziali visualizzando i diversi scenari geografici in maniera dinamica. L'obiettivo era quello di monitorare e supportare l'azione commerciale visualizzando e aggiornando tutte le informazioni e le attività inerenti le aziende del territorio, siano esse state clienti che non clienti e restituendo opportuni output grafici, statistici, geografici, e alfanumerici.

### Abstract

Acantho SpA is a reality that opera in the industrial development projects of technological innovation on the territory in Emilia-Romagna. Recently the company, in partnership with Infracom, was awarded the tender for the frequency Wimax frequencies in Emilia Romagna.

Following this important development Acantho has wanted to introduce a system geomarketing and management of business and It has choosed, as technological partner for the project, SIS.TER from Imola.

The system was to allow required to have under control the entire operational management of trade against their clients or potential viewing the various scenarios geographic dynamically. The aim was to monitor and support the commercial action viewing with outputting all information and activities related companies in the territory, be they customers who are not customers and outputting appropriate output graphs, statistics, geographical, and alphanumeric.

### Introduzione

Acantho S.p.A è una realtà industriale operante nell'ambito dei progetti di sviluppo dell'innovazione tecnologica e del territorio in Emilia-Romagna. Il bacino di utenza verso il quale la società si rivolge è di oltre due milioni di abitanti, con una elevata densità di clientela business e corporate ed una forte penetrazione internet, elementi che si quantificano in almeno 700.000 clienti potenziali. Recentemente l'azienda, in raggruppamento con Infracom, si è aggiudicata la gara della frequenza Wimax per le frequenze in Emilia Romagna.

A seguito di questo importante sviluppo Acantho si è voluta dotare di un sistema di geomarketing e di gestione dell'attività commerciale scegliendo SIS.TER di Imola come partner tecnologico per il progetto.

Il geomarketing è uno dei tanti ambiti di applicazione dell'analisi spaziale e dei GIS e costituisce un esempio applicativo di come l'informazione geografica può essere utilizzata per rendere più efficace ed efficienti le decisioni e le attività relative alla Comunicazione, alla Vendita, alla Distribuzione ed al Servizio ai Clienti (Seravalli, 2007).

Nel caso specifico, questo progetto aveva come obiettivo quello di costruire un sistema informativo geografico (GIS) a supporto delle analisi (sistemi *what if* geografici) ma anche finalizzato al controllo di tutta la gestione operativa commerciale nei confronti dei clienti o potenziali. Il sistema si poneva quindi l'obiettivo di visualizzare i diversi scenari geografici in maniera dinamica. L'obiettivo era quello di monitorare e supportare l'azione commerciale visualizzando e aggiornando tutte le informazioni e le attività inerenti le aziende del territorio, restituendo opportuni output grafici, statistici, geografici, e alfanumerici. Il sistema doveva inoltre interfacciarsi con le banche dati interne e in particolare con tutta l'infrastruttura di rete presente o in progetto sul territorio al fine di massimizzare la penetrazione di Acantho sulla clientela.

La soluzione realizzata doveva inoltre essere totalmente fruibile in modalità WebOriented ed essere supportata anche in modalità off-line attraverso una sincronizzazione da ambiente notebook/portatile e PAD.

La realizzazione del progetto ha portato all'acquisizione, integrazione e bonifica di diverse banche dati (interne ed esterne) relative alle aziende presenti sul territorio costituendo per ciascuna di queste una Scheda Strategica Aziendale che riporta lo stato dei rapporti in essere, dei contratti, dei contatti e delle scadenze. La Scheda Strategica Aziendale è visibile dinamicamente anche in maniera geografica dal WebGIS che, essendo integrato nella soluzione, permette la variazione grafica delle proprietà delle entità geometriche sulla base delle informazioni presenti nel database. Attraverso la gestione documentale relativa al rapporto tra il commerciale e l'azienda cliente o potenziale cliente, è possibile visualizzare e ricercare sul geografico le diverse informazioni.

A supporto dell'azione commerciale sono stati sviluppati TOOLS avanzati di ricerca e analisi quali operazioni di Buffering multiplo sulla rete o porzioni di essa, sulle strade o sulle aziende stesse.

Il sistema è stato inoltre potenziato attraverso la realizzazione di strumenti per l'editing geografico in remoto che permettono via Web di inserire nuove aziende generando un aggiornamento permanente del livello informativo vettoriale in formato standard ESRI Shapefile.

La tecnologia utilizzata è stata sviluppata in ambiente MapServer grazie ad una soluzione realizzata in PHPMapscript su Data Base MySQL.

### **La banca dati**

Il sistema realizzato utilizza diverse banche dati che costituiscono archivi anagrafici delle aziende e nell'insieme costituisce la scheda strategica aziendale. L'utilizzo di diverse banche dati è motivato dalla volontà di costituire gradualmente una banca dati proprietaria frutto dell'attività commerciale. In tal senso Acantho già disponeva di un elenco geocodificato di aziende classificate secondo range di fatturato e derivanti da un'acquisizione dalla Camera di Commercio oramai datata di un paio d'anni. Tale banca dati, oltre a non essere aggiornata risultava anche talvolta incompleta e non significativa in considerazione dell'alto numero di aziende mappate (ca. 60.000) e della labilità informativa derivante dalla tipologia di classificazione dei range di fatturato adottata. Il progetto pertanto ha previsto l'acquisizione ex-novo di una porzione di banca dati della Camera di Commercio secondo tipologie di attività e particolari range di fatturato. Questa banca dati è stata inoltre accompagnata da un'altra anagrafica geocodificata di fonte privata e comprensiva di diverse informazioni utili all'azione commerciale come i riferimenti, i membri del CDA, l'anno di costituzione, i recapiti telefonici, le mail, ecc.

Queste ultime due anagrafiche hanno costituito l'attuale scheda strategica delle aziende geocodificate in mappa e aggiornate al 2008.

Questo database è inoltre accompagnato dal database della rete infrastrutturale di telecomunicazione di proprietà o in gestione ad Acantho e quindi utile per l'analisi e alla pre-fattibilità di allaccio di un cliente contenente le caratteristiche e le proprietà delle fibre; dagli stradari e dai civici, dalle fattibilità già analizzate oltre che da tematismi di base utili all'orientamento geografico. Tutti i dati risultano georeferenziati fra loro. La copertura interessa il territorio della Regione Emilia Romagna.

### **I risultati**

La piattaforma realizzata da Sis.Ter di Imola è accessibile in modalità web previo *login* di identificazione dell'utente, che permette, in maniera condivisa, di gestire e interrogare il sistema attraverso ricerche alfanumeriche sulla banca dati inerenti le fibre o i cavi (circuiti, potenzialità, occupazione, collegamenti, aziende potenziali, ecc.), ricerche con grafici dinamici in SVG (sia sulle componenti tecniche, sia sull'attività commerciale svolta, sia sulla tipologia di cliente, ecc.), ricerche geografiche (indirizzo, azienda, area, settore merceologico, ecc.), reporting strutturati a seconda delle selezioni grafiche relative alle fibre, operazioni di buffering semplice, multiplo o complesso. Un tool di amministrazione gestisce i diritti degli utenti accreditati al sistema.

Le principali funzioni del programma sono:

- 1) Visualizzare ed aggiornare le informazioni delle aziende del territorio, sia sotto l'aspetto geografico che alfanumerico;
- 2) Ricerche ed interrogazioni;
- 3) Gestione operativa commerciale, cioè organizzazione dei contatti con le aziende (clienti / non clienti) e tutte le informazioni collegate (offerte, contratti, scadenza, ecc...)
- 4) Statistiche e grafici per analisi gestione commerciale;
- 5) Report riepilogativi;
- 6) Gestione ed organizzazione della documentazione commerciali (presentazione e modelli di presentazione);

Il sistema si appoggia sulla sezione applicativa denominata *Gestione Operativa Commerciale* da cui è possibile gestire tutto quello che riguarda le comunicazioni relative con l'azienda (sia nel caso di cliente che potenziale cliente). Inoltre sono visualizzati in essa tutti i dati anagrafici della ditta selezionata ed i documenti ad essa collegata. A tale sezione è possibile accedervi sia tramite le ricerche che dalla mappa geografica interrogabile, selezionando l'azienda di interesse.

Nel dettaglio le sezioni sono:

- **gestione operativa commerciale: gestione contatti**  
*è il cuore della gestione, da qui è possibile visualizzare e inserire i contatti con l'azienda selezionata, e tutte le informazioni ad esse collegate;*
- **anagrafica**  
*visualizza e gestisce le informazioni anagrafiche relative all'azienda selezionata;*
- **rubrica**  
*visualizza e gestisce i referenti associati all'azienda;*

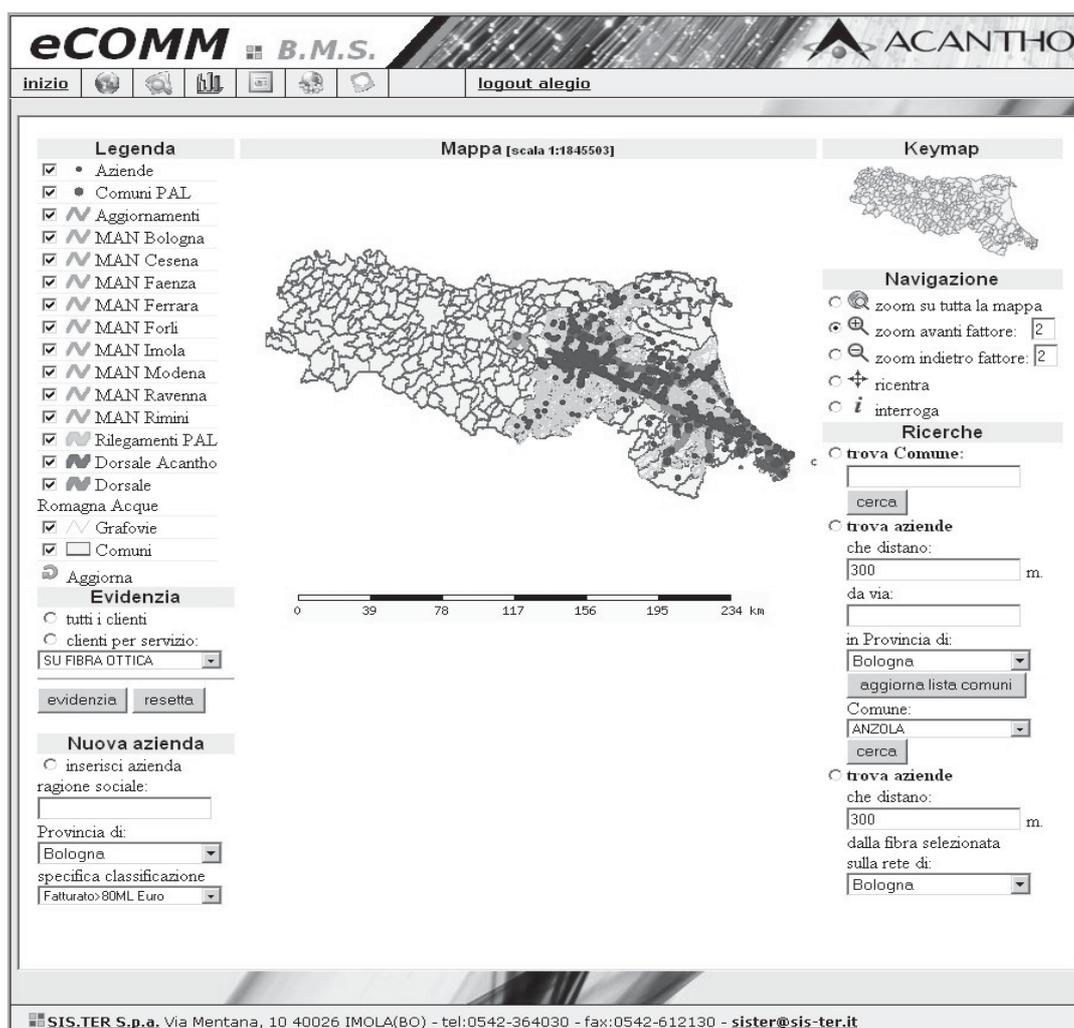


Figura 1 – interfaccia PHP-Mapserver

- **offerte**  
visualizza e gestisce le offerte collegate all'azienda;
- **contratti**  
visualizza e gestisce i contratti collegati all'azienda;
- **altri documenti**  
permette di gestire tutti i documenti collegati all'azienda;
- **scadenze**  
visualizza e gestisce il riepilogo di tutte le scadenze in calendario con l'azienda selezionata;

Attraverso appositi tools di classificazione e visualizzazione a valori unici realizzati su Mapserver che interrogano il database risulta possibile visualizzare le proprietà delle aziende anche in maniera geografica verificando e filtrando i clienti/non clienti, tipologia di contratti sui clienti, ecc.

All'interno della gestione operativa commerciale è inoltre possibile visualizzare e rendicontare i diversi contatti interscorsi con il contatto esterno (cliente e potenziale) siano essi incontri, telefonate, mail, ecc. Questa modalità consente di monitorare l'attività commerciale costruendo uno scadenziario dinamico ed una anagrafica dei contatti e delle relazioni intercorse.

La registrazione del contatto avviene per singole fasi distinte, dalle quali è permesso navigare tramite i link, posizionati in basso, "avanti", "indietro", "salva" (per salvare la fase corrente) o "fine" (per terminare l'operazione) presenti in tutte le pagine della procedura. E' quindi possibile spostarsi da una fase all'altra dell'inserimento in maniera semplice ed efficace, a seconda delle esigenze del commerciale. Ogni relazione esterna costituisce un report che rimane quale promemoria per il contatto futuro.

La sezione relativa ai documenti permette di visualizzare e modificare l'elenco dei documenti allegati al contatto, offerta o contratto associati all'azienda corrente.

Le ricerche inserite di default nell'applicativo mappa sono le seguenti:

- **ricerca Comune**  
trova ed evidenzia il comune selezionato da un elenco;

- **ricerca Indirizzo**  
trova ed evidenzia la via e/o il civico all'interno di un Comune richiesto;
- **ricerca e visualizza tutte le aziende che distano da una via definita dall'utente**  
trova e visualizza tutte le aziende distanti x metri (personalizzabili) da una via definita dall'utente;
- **ricerca e visualizza tutte le aziende che distano da un tratto di fibra selezionato in mappa**  
trova e visualizza tutte le aziende distanti x metri (personalizzabili) da una porzione di fibra selezionata in mappa dall'utente.

E' possibile evidenziare le aziende con un colore diverso in base a delle caratteristiche aggiornabili inserite nel database alfanumerico. I tool standard configurati nella mappa sono:

- **evidenzia aziende clienti**  
evidenzia le aziende clienti;
- **evidenzia aziende per servizio fornito**  
evidenzia le aziende clienti in base al servizio fornito scelto da un menù a tendina;

Nell'interfaccia, subito sotto alla mappa, abbiamo il riquadro con il risultato delle interrogazioni. Qui verranno visualizzate i nominativi delle aziende che soddisfano i parametri di ricerca inseriti nei vari tool d'interrogazione. Cliccando sulla ragione sociale si accederà alla gestione operativa commerciale (e alla scheda anagrafica) riferita alla stessa.

Ogni risultato è esportabile in formato Microsoft Excel cliccando sul radio-button e premendo il relativo bottone posizionato subito sopra l'elenco alfanumerico delle aziende selezionate.

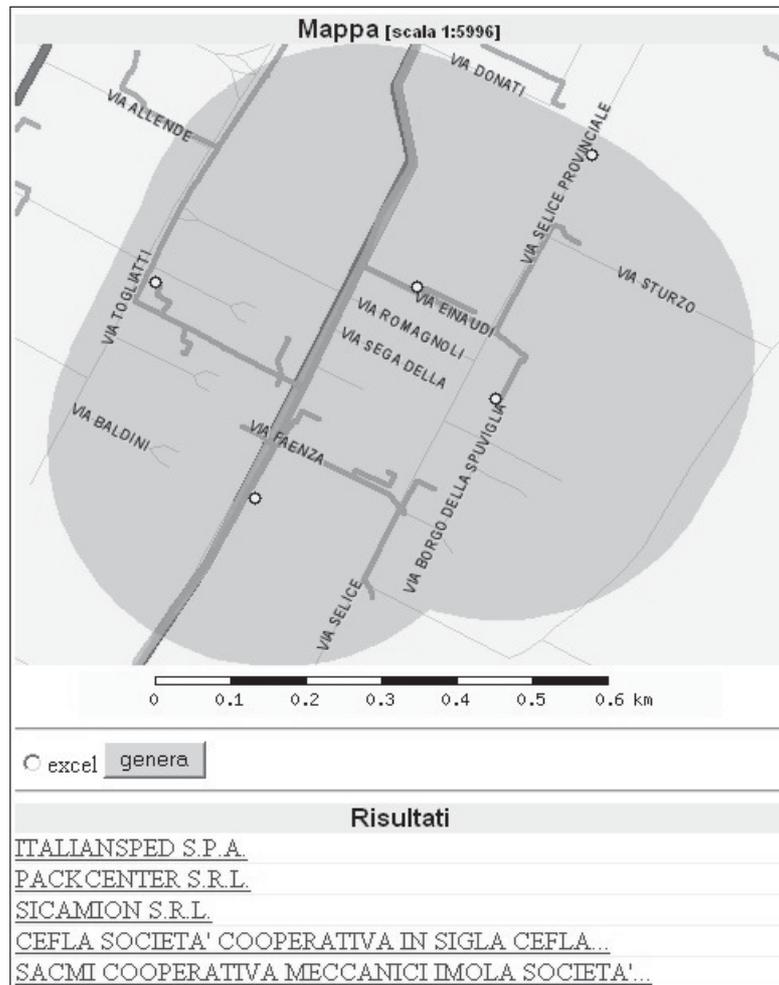


Figura 2 – Buffering e analisi spaziale

Il sistema permette inoltre l'**editing in remoto** di oggetti fornendo la possibilità di inserire nuove aziende e classificarle all'interno del database e nelle modalità di visualizzazione geografica. Le nuove aziende vengono salvate lato server anche nel formato ESRI Shapefile e risultano georeferenziate nel sistema adottato.

Il pannello ricerche consente l'individuazione delle aziende o delle figure commerciali tramite diversi parametri d'interrogazione e filtraggio dati, come la ragione sociale, il fatturato, numero dipendenti, la tipologia di offerta, il settore merceologico, l'ultimo contratto e contatto, le scadenze, ecc.  
Tutte le ricerche sono personalizzabili, in fase di programmazione, secondo le esigenze del cliente.

Ragione sociale	Indirizzo	Comune	Prov.
<b>AUTOPRONTI SPA</b>	VIA DEL SALICE 8/9	SANTARCANGELO DI ROMAGNA	RN
<b>BIGNAMI SPA PRODUZIONI AVICOLE</b>	VIA G. AMENDOLA 2/1	ANZOLA DELL' EMILIA	BO

1

SIS.TER S.p.a. Via Mentana, 10 40026 IMOLA(BO) - tel:0542-364030 - fax:0542-612130 - [sister@sis-ter.it](mailto:sister@sis-ter.it)

Figura 3 – Pannello ricerche

Nella parte superiore della pagina è possibile specificare i parametri con cui filtrare i dati inseriti nel database. Nella parte inferiore avremo invece il risultato della ricerca. Ogni risultato è ordinabile in base ai campi principali, semplicemente cliccando sul nome del campo interessato. Nel caso delle ricerche per “ditta” avremo inoltre la possibilità di accedere direttamente alla gestione operativa commerciale dell'azienda selezionata semplicemente cliccando sul nominativo (ragione sociale) della ditta interessata. Ogni risultato è esportabile in formato .xls (compatibile con Excel) cliccando sul pulsante “report xls”, presente alla destra del pannello d'inserimento parametri di ricerca.



Figura 4 – Pannello di avvio con la scrivania di lavoro

### **Conclusioni**

Il sistema, dotato di altre componenti quali strumenti di sincronizzazione con notebook e PDA e di un sistema di gestione documentale orientato al settore commerciale dell'azienda, costituisce una opportunità all'azienda per facilitare il processo decisionale sfruttando un patrimonio informativo già presente e/o potenzialmente presente con i processi organizzativi adottati (es. contatti con le aziende, ecc) che spesso oggi rimane esclusivamente in mano alle singole persone impedendo la costruzione di un patrimonio informativo aziendale.

Questo tipo di implementazioni comporta un processo di integrazione fra il GIS e i gestionali che risulta estremamente importante in quanto permette l'adozione di sistemi per un lavoro quotidiano e non per la semplice analisi una tantum.

L'implementazione di questo tipo di sistemi comporta inoltre un intervento di un certo rilievo sia lato informatico che lato informativo (nei processi e nei dati). L'informazione necessita infatti di un pesante trattamento, di eventuali rilevazioni e analisi in loco, ecc. rimane comunque l'opportunità che la "variabile territorio" può assumere un ruolo decisivo nei processi decisionali. In tal senso il geomarketing rientra tra i sistemi SIM (Spatial Information Management) e corrispondono a soluzioni per aiutare il business.

### **Bibliografia**

Seravalli A. (2007), "GIS Teorie e Applicazioni", *Mandragora Editore*

Grimshaw D.J. (1994), "Bringing geographical information system into business ", *Longman*

Pilotti L., Sedita S.R. (2002), "Competizione spaziale e fattori di localizzazione: un'applicazione strategica di geomarketing", *I&D*, n. 3

Di Dio Roccazella N. (2002), "Il geomarketing a supporto delle attività di vendita e comunicazione ", *Disegno Digitale e Design*, n. 718