

## I contatti rappresentano spesso un patrimonio per l'impresa

## L'importanza di un sistema unificato dei contatti aziendali

Come strutturare una corretta catalogazione dei dati

I contatti sono oggi uno tra i beni più preziosi di un'azienda. Le informazioni accumulate durante una giornata di lavoro costituiscono infatti un vero patrimonio. Spesso però questo potenziale non viene sfruttato come si dovrebbe, probabilmente perché non esiste all'interno delle realtà aziendali un modello di gestione dei contatti. Ne parliamo con **Paola Ligabue** che si occupa da anni di questo tipo di problema ed offre alle imprese un servizio mirato.

“Sembra una banalità – afferma Paola Ligabue – ma sono pochissime le aziende che hanno unificato la gestione

dei contatti. Solitamente sono dispersi in molteplici applicativi, DataBase, cartelle, outlook, ecc. Organizzare, analizzare ed archiviare questo tipo di informazioni non può far altro che migliorare la propria competitività, sia per le multinazionali che per le piccole e medie imprese. Creare una banca dati è il metodo più immediato per sistematizzare il patrimonio informativo di un'organizzazione, e renderlo più facilmente consultabile e utilizzabile. Tutti sanno che il caos dell'informazione rappresenta la fonte primaria di sprechi ed inefficienze. Con la globalizzazione e lo svilup-



Paola Ligabue  
(www.paolaligabue.it)

po di internet sono aumentati in modo esponenziale i dati a nostra disposizione, poiché siamo in grado di sviluppare con maggior semplicità relazioni commerciali anche oltre oceano. Il vero problema è che la maggior parte di queste in-

formazioni non è strutturato; basti pensare alla documentazione presente sulle nostre scrivanie e nei nostri computer: appunti su fogli di carta, presentazioni in power point, pdf, file e tabelle in excel, e-mail, curricula e biglietti da visita, tanto per citarne alcuni!”.

**Come uniformare questo materiale e renderlo un valore aggiunto per l'impresa?**

“Il nostro studio si è specializzato nel fornire ad imprese ed enti un servizio completo per la creazione di banche dati. Abbiamo lavorato, ad esempio, per aziende come ACER Reggio Emilia, ACI, CIS & MET Informatica e Reggio

Motori concessionario BMW. Personale qualificato si occupa della catalogazione dei dati, della decodifica dei numeri di telefono, dei nomi dei referenti, degli indirizzi e-mail.

Verifichiamo il settore di competenza al fine di ottenere database efficaci e fruibili e, sulla base di questi, aiutiamo le aziende a proporre il proprio prodotto/servizio con azioni commerciali mirate, sia in Italia che all'estero. Non vi è necessità di software complessi; si tratta di creare un modello di gestione dei contatti sulla base delle necessità dell'impresa, tenendo conto della sua organizzazione interna”.

## Uno strumento a supporto delle decisioni in azienda

## Un “Cruscotto aziendale” per guidare le Piccole e Medie Imprese

Come realizzarlo utilizzando i software già esistenti

Le forti e repentine oscillazioni del mercato e la rapida evoluzione degli scenari rende di estrema importanza un costante controllo delle attività aziendali. Ne parliamo con **Lorenzo Compagnoni** di LC Lean Consulting (www.lcleanconsulting.eu). “Per guidare un'azienda – afferma Compagnoni – e prendere decisioni, sia strategiche che operative, occorre avere costantemente a disposizione i dati aggiornati delle attività aziendali. Non disporre di queste informazioni in tempo reale è come pilotare un aereo od una vettura senza disporre di alcun dato (velocità, carburante, ecc.). Lo strumento principe per conoscere con tempestività e immediatezza la situazione dell'azienda è il

cruscotto aziendale. Quando sentiamo parlare di cruscotti aziendali – continua Compagnoni – il pensiero vola immediatamente alle grandi aziende, che supportate da costosissimi sistemi informatici, controllano le attività industriali e commerciali sparse per il territorio mondiale. Molte piccole medie imprese sono convinte erroneamente che questo strumento non sia alla loro portata”.

**Ci può spiegare che cosa è un “cruscotto aziendale”?**

“Concretamente – risponde Compagnoni – un cruscotto aziendale è un'insieme di report puntuali di attività che l'azienda ritiene strategiche e che si vogliono tener sotto controllo per verificarne l'evoluzione. Il cruscotto aziendale

è lo strumento che riunisce sotto un unico documento i dati omogenei per ogni settore aziendale: quanti ordini ho ricevuto oggi; quanti ordini ho spedito oggi; quante ore ha lavorato la mia officina; quanti pezzi ho prodotto; qual è stata la produttività di oggi ed ovviamente i dati economici relativi (costi di produzione, fatturato, ecc.) In questa semplice lista troviamo le risposte alle domande che ogni imprenditore si fa tutti i giorni e tutte le sere per cercare di capire come sta andando la sua azienda. Molto spesso alcuni o tutti questi dati vengono forniti a fine mese o a fine trimestre. Ma è troppo tardi...!! L'evoluzione del mercato è così violenta che il monitoraggio delle aziende deve essere costante e puntua-



le a livello quotidiano e settimanale”.

**Come possono le PMI dotarsi di questo strumento?**

“LC Lean Consulting è in grado di supportare gli imprenditori, utilizzando i software già esistenti in azienda (file di excel, access, ecc. e quindi senza investimenti in programmi o PC sempre più potenti) ad organizzare, reperire e costruire un flusso di informazioni che si vadano a canalizzare su un unico punto di raccolta tale che permetta all'imprenditore o ad

un suo delegato di controllare l'andamento aziendale. I dati aggregati sulla produttività – precisa Compagnoni – possono servire al capo officina per capire quali siano le azioni da mettere in atto per migliorare il proprio sistema produttivo a partire dal giorno successivo. Conoscere l'entrata ordini e le consegne effettuate serve all'azienda per capire quali siano i gradi di copertura ordini e/o il fabbisogno in ore lavoro del personale. Oggi non è più possibile – conclude Compagnoni – attendere il solo contabile che alla fine dell'anno ci dice se l'azienda è in utile od in perdita. Occorre gestire l'azienda guardando quello che abbiamo fatto ieri per decidere cosa fare oggi e migliorare domani”.

# ESPRIMI DUE DESIDERI.

SAAB 9-3 CABRIO VECTOR 1.9 TiD 150 CV A 33.000 EURO\*

È un sogno che hai sempre inseguito, oggi puoi finalmente realizzarlo, grazie a un prezzo davvero vantaggioso così saranno gli altri a inseguire te. Grazie alle prestazioni del tuo motore turbo, benzina e diesel, senza dimenticare i spaziosi posti e l'inconfondibile design scandinavo, con capote in tela in tessuto high-tech, che si apre e chiude in soli 20 secondi, per affrontare senza problemi tutte le stagioni. È proprio il caso di farlo: una volta anche noi vendiamo un sogno.



Consumi (l/100 km) ciclo misto da 5,8 (1,9 TTD 180 cv M4) a 10,0 (2,0 T5 230 cv A3). Emissioni CO<sub>2</sub> (g/km) da 154 (1,9 TTD 180 cv M4) a 235 (2,0 T5 230 cv A3). \*Prezzo chiavi in mano per vetture in stock, assicurazione entro il 30/06/10.



move your mind™

Concessionaria *Schiatti Class* - Via Amilcare Cipriani n° 6 - Reggio Emilia - Tel - 0522 300120  
- Via Morigi n°3/a angolo Via Carra - Parma - Tel - 0521 270264