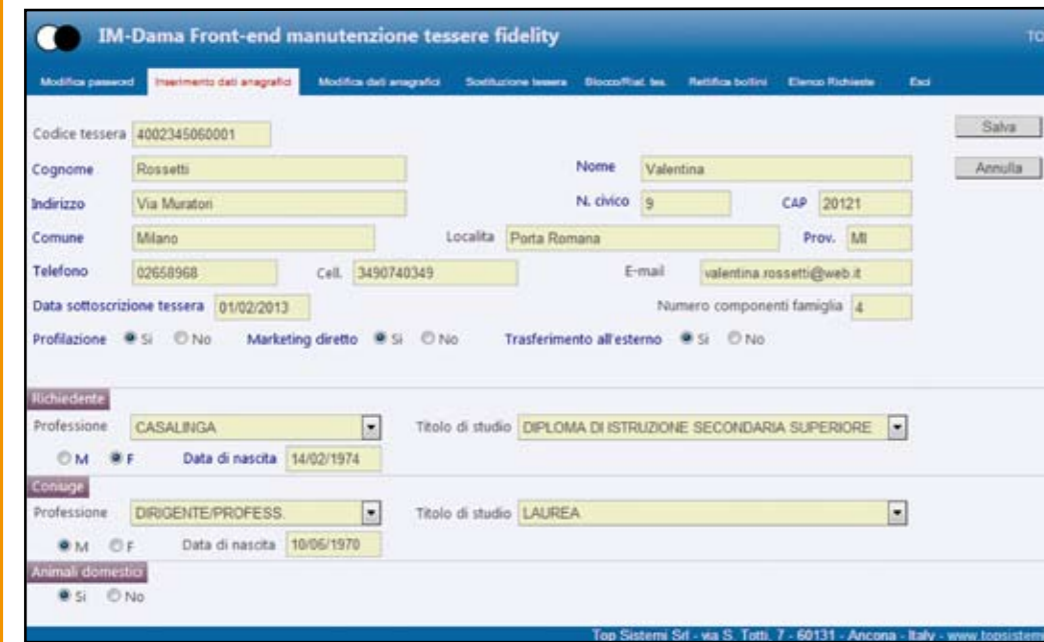


Top Sistemi s.r.l. presenta Dama

La Top Sistemi s.r.l. ha approcciato lo studio e l'automazione delle campagne fidelity tramite applicazioni web-based sin dal 2002. Nel corso del tempo, maturando esperienze ha fatto evolvere le proprie procedure secondo le esigenze che il mercato richiedeva e che la tecnologia metteva gradualmente a disposizione.

Il panorama distributivo attuale è dominato da una forte concorrenza che rende labile il concetto di fidelizzazione, mentre sempre più volte si assiste ad un fenomeno speculativo. **DAMA** è uno strumento sicuro, immediato e con elevata profondità di analisi, tendendo a rendere il processo di fidelizzazione più forte, dove il cliente non si sente minacciato, ma tutelato nelle promesse e facilitato nell'acquisto. Abbinato alla suite **DAMA**, la Top Sistemi s.r.l. ha strutturato un centro servizi fidelity (CSF), che abbattendo i costi dell'investimento da parte del cliente, ha reso la gestione dei programmi di loyalty economica, affidabile e costantemente monitorata.



DAMA, è un insieme di software specifici che integrandosi con soluzioni front-end e back-office permette di aggiornare, manutene ed interrogare un database il cui scopo primario è quello di:

- gestire le campagne fidelity in attinenza alla circolarità tra punti vendita dei progressivi clienti;
- fornire analisi relative alla propria clientela ed alimentare specifici data warehouse.

DAMA, è anche strumento di direct marketing, che sfruttando le anagrafiche e la movimentazione delle fidelity card, permette la selezione di gruppi di clienti fidelity obiettivo, inviando sms ed e-mail informative, monitorandone inoltre l'efficacia.

Punti di forza

- Centralizzazione come sicurezza nella gestione del dato;
- Analisi statistiche approfondite, con produzione di report specifici;
- Gestione della circolarità;
- Praticità nella manutenzione del dato;
- Elevata parametrizzazione per adattarsi alle singole regole organizzative.

Utenti, utilizzo parametrico

Le funzioni messe a disposizione, in particolare quelle dirette ai gestori dei punti vendita, sono abilitabili e parametrizzabili al loro interno in base alle specifiche esigenze.

Monitoraggio del sistema

Le manutenzioni effettuate danno origine ad un log che permette quotidianamente di tenere sotto controllo l'operato.

Movimentazione

Tre livelli di interpretazione del dato: cliente generico, singola fidelity card, fidelizzato abbinato al singolo punto vendita (raggruppando tutte le fidelity card che non hanno dato disponibilità ad essere profilate).

Anagrafiche punti vendita

Gestione dei dati finalizzati alla caratterizzazione del singolo punto vendita e gestione di aggregazioni anagrafiche utili per analisi che includono la movimentazione di più punti vendita (canale, ragione sociale, adesione campagne, esclusione circolarità, calendario giorni apertura, ..).

Informazioni

Anagrafiche clienti

- Inserimento centralizzato o temporaneamente su database locale, con la possibilità di stampa immediata del documento da far sottoscrivere al cliente;
- Importazione delle anagrafiche da flussi esterni;
- Manutenzione dei dati anagrafici con funzioni di annullamento o sostituzione della fidelity card su database centralizzato;
- Normalizzazione dei dati inseriti e predisposizione di un database geografico utile alla normalizzazione dei dati;
- Le anagrafiche sono correlate da tabelle utili ai fini statistici.

Privacy

Dalle disposizioni fornite dal singolo sottoscrittore vengono attuate le limitazioni sulla divulgazione dei dati anagrafici. Ai fini delle analisi, in ogni singolo scontrino, vengono eventualmente oscurati gli estremi che permettono di individuare il singolo cliente.

Anagrafiche prodotti - reparti

Importazione dei dati anagrafici dei prodotti e gestione delle tabelle correlate (reparti, classificazioni merceologiche, ...). Tali elementi non sono indispensabili per l'autonomia del sistema.

Premi

Analisi sulla movimentazione e produzione di dati utili alla movimentazione globale (prenotazione clienti, ordine fornitori).

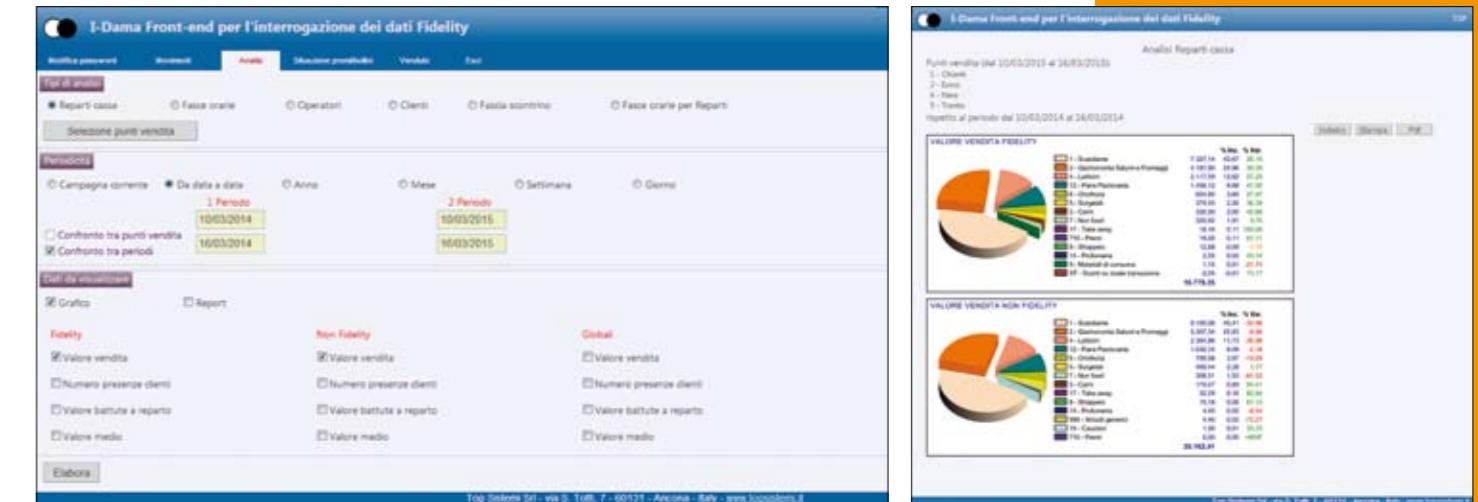
Circularità e centralizzazione del dato

- Recupero dei dati di vendita dai terminali POS e normalizzazione del dato;
- Ricezione del dato e memorizzazione in un database centralizzato;
- Aggiornamento nei punti vendita dell'anagrafica delle fidelity card e della situazione punti in base alla circolarità o alla movimentazione avvenuta.

Analisi sulla Movimentazione

Analisi del punto vendita o aggregazioni

- Movimentazione per singola fidelity card dei bollini e venduto.
- Analisi facilmente fruibili sull'andamento operativo con scostamento rispetto ad un altro periodo od ad altre entità. I valori sono suddivisibili tra vendite fidelity e non. Alcuni elementi trattati sono il reparto, le fasce orarie, le fasce scontrino, i cassieri, i clienti... Nel caso dei clienti si analizzano specifiche aggregazioni come ad esempio, la distribuzione nel territorio, la categoria, le fasce di età...
- Analisi sulla fedeltà del cliente, sull'andamento della campagna, sui bollini maturati.



- Analisi sui premi, prenotati e ritirati, con duplice visione cliente / premio e viceversa.
 - Analisi sulle vendite in promozione.
- Particolarmente utile, nel caso di realtà che gestiscono più punti vendita, la possibilità di estendere le funzioni all'insieme e monitorarne l'operato sia a livello aggregato, sia di una parte che del singolo.

Analisi sull'intera movimentazione

Impostando specifiche combinazioni tra le entità a disposizione:

| | | |
|----------------------------|--|---|
| Anagrafiche clienti | Prodotti | Premi |
| Punti vendita | Fasce orarie | Andamento per unità di tempo |
| Reparti cassa | Fasce frequenza media di acquisti | Fasce di intervallo medio tra gli acquisti |

Il sistema fornisce in modo estemporaneo o con un ciclo periodico aggregati, medie, incidenza sulla base dell'intera movimentazione fornendo fogli elettronici o file con l'indicazione numerica e grafica dei valori. Entità rappresentate quali: numero scontrini, presenze, venduto fidelity e non, in offerta o meno, per tipologia di offerta, premi e punti, ...

Sistema di reportistica giornaliera

Invio di mail informative, programmato alla chiusura del sistema casse, rappresentanti su base giornaliera, il totale scontrini emesso ed il venduto del punto vendita in termini assoluti ed in differenza percentuale rispetto allo stesso giorno dell'anno precedente. Tra i dati messi a disposizione è possibile verificare la presenza di un eventuale scontamento anomalo delle vendite o se una fidelity card, nell'arco della stessa giornata, è stata utilizzata in maniera potenzialmente impropria.

Sistema di direct marketing Attraverso sms ed e-mail

Alcune caratteristiche della procedura sono:

- Tre di tipologie di utenti a struttura gerarchica;
- Gestione dei testi libera e attraverso modelli;

- Mirate funzioni di ricerca dei destinatari basate su movimentazione e dati anagrafici;
- Gestione dei criteri di temporizzazione dell'invio;
- Sistema di indicatori per determinare l'efficacia della comunicazione;
- Verifica dei log invio, per comprendere se il messaggio è stato effettivamente recapitato e se il numero di telefono destinatario è corretto.

L'applicativo permette inoltre di mantenere il database dei clienti, escludendo dalla selezione quanti presentano un numero telefonico non corretto, evitando così sprechi di tempo e di risorse.

Specifiche Tecniche Dama

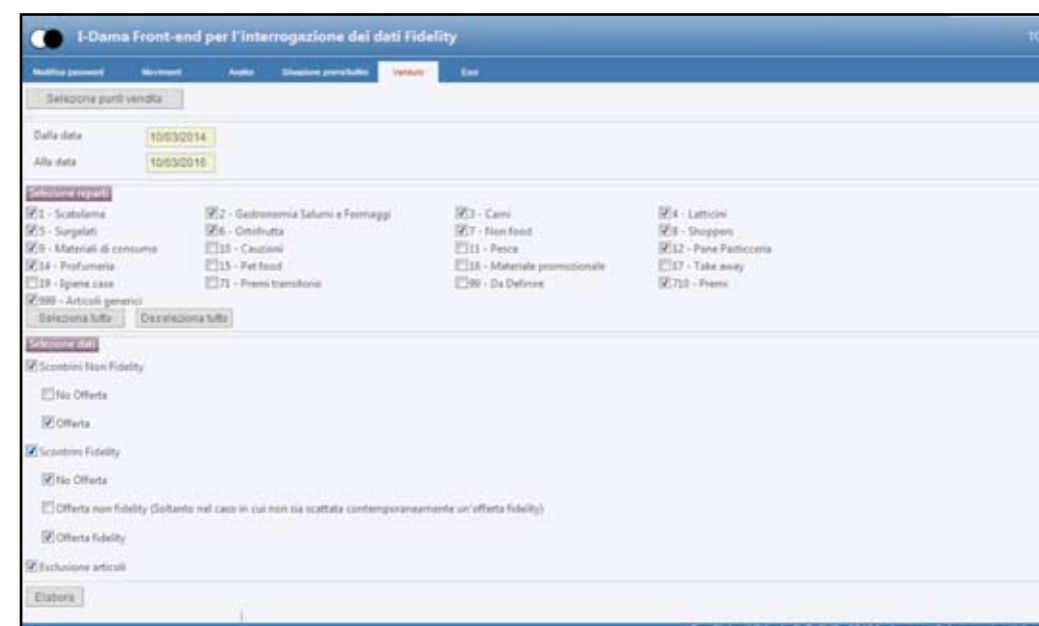
Caratteristiche

Centro servizi fidelity

Contenuto del servizio proposto dalla Top Sistemi:

- Attivazione dei punti vendita con la creazione del blocco di fidelity card da abbinare al punto vendita e da far riconoscere in cassa;
- Attivazione, chiusura, riapertura delle campagne;
- Verifica giornaliera della raccolta dati;
- Contatto con il punto vendita in presenza di anomalie e recupero dei dati nei casi ove sia possibile, di norma sempre, sino a ripartire dal file di log prodotto dalle casse;
- Manutenzione del database;
- Copie di sicurezza e conservazione del dato;
- Fornitura di analisi o dati sull'attività commerciale dei punti vendita con duplice modalità rivolta al singolo punto vendita o in modo integrato ad un centro analisi;
- Fornitura in comodato d'uso, limitatamente alle necessità che tale sistema richiede, della procedura di trasferimento dati; tale prodotto è dotato di un modulo client (punto vendita) ed un modulo server (sede) che permette di monitorare la situazione. Ovviamente si presuppone che le caratteristiche della fidelity, delle offerte, del front-end siano compatibili con quanto attualmente realizzato.

DAMA è una suite maturata dall'esperienza Top Sistemi s.r.l. mediante l'utilizzo di sistemi modulari legati al Framework. Net di Microsoft. Le potenzialità derivano dalla semplicità di utilizzo in sistemi client/server, in cui l'interazione mediante applicazioni web è resa possibile sia in ambienti Intranet/Extranet, che Internet. I moduli stand-alone di Crystal Report, che la produzione di pdf dedicati, rendono facilmente fruibile la reportistica ed i dati per il controllo di gestione. La manipolazione e la produzione dei dati è garantita da un DBMS come 'Sql Server', coadiuvato da un sistema di integrità e verifica, che monitora costantemente il flusso per offrire immediatezza ed efficacia di intervento. La sicurezza nelle interazioni tra l'applicazione centralizzata ed i client remoti per le varie tipologie di analisi (off-line che in tempo reale) è garantita da protocolli di comunicazione TCP in SSL/TLS, oltre che certificati digitali a scadenza. Il flusso dati è prodotto sfruttando varie tipologie di formati OFFICE a più larga diffusione, per rendere semplice la manipolazione da parte dell'utente finale, e dall'altra venire incontro alle particolari richieste di personalizzazione. La scalabilità delle analisi, la gestione puntuale mediante strumenti tabellari e la connettività continuativa con i punti vendita sono solo alcuni dei punti di forza con cui questo strumento è in grado di interagire con il mondo della fidelity.



| Cond. barre | Descrizione | Qta Tot. | Qta Off. | Val Tot. | Val Off. | Inc. | Progr. |
|-------------------|-------------------------------|-------------|----------|------------|----------|--------|--------|
| Totale Report 1 | Scatolame | 428188 | 8551 | 760611,41 | 1429,39 | 45,835 | 45,835 |
| Totale Report 2 | Gastronomia Salumi e Formaggi | 586974,509 | 0 | 406142,08 | 0,00 | 24,358 | 70,093 |
| Totale Report 3 | Carri | 7994,933 | 0 | 34859,50 | 0,00 | 2,891 | 72,084 |
| Totale Report 4 | Latticini | 138051,496 | 551 | 200710,15 | 402,99 | 12,042 | 84,134 |
| Totale Report 5 | Surgelati | 17311,391 | 113 | 46216,49 | 408,03 | 2,773 | 84,289 |
| Totale Report 6 | Ovofrutta | 105908,136 | 0 | 72402,04 | 0,00 | 4,144 | 91,253 |
| Totale Report 7 | Non food | 8875 | 0 | 20072,41 | 0,00 | 1,204 | 92,487 |
| Totale Report 8 | Shoppings | 31469 | 0 | 1219,04 | 0,00 | 0,873 | 92,13 |
| Totale Report 9 | Materie di consumo | 43317 | 42568 | 21,68 | 1,04 | 0,001 | 92,532 |
| Totale Report 12 | Pane Pasticceria | 473401,477 | 0 | 119207,18 | 0,00 | 7,152 | 99,644 |
| Totale Report 14 | Profumeria | 518 | 0 | 897,46 | 0,00 | 0,048 | 99,732 |
| Totale Report 710 | Primi | 40951 | 12001 | 4414,94 | 7,10 | 0,265 | 99,997 |
| Totale Report 999 | Articoli generici | 21 | 0 | 46,20 | 0,00 | 0,803 | 100 |
| Totale generale | | 2472990,542 | 76804 | 1666730,72 | 2448,55 | | |



Top Sistemi s.r.l.

Via Sandro Totti, 7 60131 Ancona - Tel. 071 2866522 - Fax 071 2908050
P.I. e C.F. 01257040426 info@topsistemi.it - commerciale@topsistemi.it
www.topsistemi.it

L o y a l t y m a n a g e m e n t s y s t e m