

SCHEDA TECNICA DA ALLEGARE ALLA DOMANDA

A) – DATI SULL’IMPRESA RICHIEDENTE**A1) – Denominazione** **FINCONTATTO S.R.L.****A2) – Forma giuridica** **SOCIETA A RESPONSABILITA’ LIMITATA****A3) – Codice Fiscale** **03250730615** **Partita IVA** **03250730615****A4) – Sede legale** **NAPOLI** **NA** **80139**
Comune Provincia CAP**VIA PIETRO COLLETTA 12**

Via e n. civico

A5) – Telefono **081 5630900** **Fax** **081 5635601** **E-mail****A6) – Legale Rappresentante** **REITANO** **GIANCARLO** **AMMINISTRATORE UNICO**
Cognome Nome Qualifica**A7) – Atto costitutivo ⁽¹⁾** **NOTAIO PERRONE REP.4678** **31/12/2050**
Estremi Scadenza**A8) – Capitale sociale ⁽¹⁾** **10.000** **di cui versato** **10.000****A9) – Iscrizione al Registro delle Imprese** **NAPOLI** **801188**
Di Al n° Dal**A10) – Iscrizione all’INPS** **NAPOLI 5100** **15/01/07** **SERVIZI**
Ufficio di Dal Settore**A11) – Categoria di impresa ⁽²⁾** **1/1 – 31/12/2008** **1,5** **835.670** **266.946**
Periodo di riferimento Effettivi ULA Fatturato Totale di bilancio**A12) – Incaricato dell’impresa per la pratica** Sig. Tel. Fax**A13) – Indirizzo cui inviare la corrispondenza** **NAPOLI** **NA** **80139**
Comune Provincia CAP**VIA PIETRO COLLETTA 12**

Via e n. civico

*(1) Solo per le società ed i consorzi;**(2) Tutti i dati devono riguardare l’ultimo esercizio contabile chiuso e sono calcolati su base annua. Per le imprese di costituzione recente i cui conti non sono stati ancora chiusi, i dati sono stimati in buona fede ad esercizio in corso.*

B) – DATI SUL PROGRAMMA DI INVESTIMENTI**B1) – Ubicazione dell'unità locale oggetto dell'investimento:**

Comune **MADDALONI** Provincia **CE** CAP **81024**
Via e n° civico **VIA ROMA 10** Telefono Fax

B2) – Tipologia del programma di investimenti **AMPLIAMENTO****B3) – Date effettive o previste relative al programma:****B3.1) – Data (gg/mm/aaaa) di avvio a realizzazione del programma** 30/06/2010**B3.2) – Data (gg/mm/aaaa) di ultimazione del programma** 31/12/2010**B4) – Spese del programma (al netto dell'IVA) a fronte delle quali si richiedono le agevolazioni**

Voci di spesa	Spese dirette	Importo in migliaia di Euro
A	Progettazione, direzione lavori, piano marketing,accessorie	4,25
B	Impianti	20,00
C	Macchinari, attrezzature e strumenti	83,57
D	Immobilizzazioni immateriali	62,14
	TOTALE	169,96

C) – ELEMENTI PER IL CALCOLO DEL VALORE TECNICO DEL PROGETTO**C1) – Caratteristiche innovative e qualitative del progetto, sia ai fini dell'incremento di efficienza della macchina gestionale, sia in funzione del completamento/ potenziamento di infrastrutture ICT già esistenti :**

L'azienda opera nel settore della intermediazione finanziaria, e precisamente provvede ad intermediare una particolare forma di credito al consumo rappresentata dalla cessione del quinto dello stipendio.

Il progetto prevede la realizzazione di una struttura informatizzata comprendente al suo interno un call center attraverso il quale sviluppare la promozione delle attività dell'impresa. L'intera struttura progettuale ha come obiettivo ultimo l'allargamento della gamma dell'offerta che da prestiti a dipendenti contro cessione quinto dello stipendio si amplierebbe tutte le altre forme di credito al consumo quali i prestiti personali, i finanziamenti rateali ecc all'apertura di *credito rotativo*, attraverso carte di credito per finire all'importante business del finanziamento

medio/lungo termine.

Si intende cioè allargare il business dalla mediazione di cessione quinto stipendio alla mediazione di tutte di forme di finanziamento che prevedono la messa a disposizione del consumatore di una somma di denaro che l'utente può usare come vuole.

Lo scopo dell'investimento è anche quello del miglioramento, l'implementazione, dei sistemi informativi computerizzati con particolare attenzione alle applicazioni software ed ai componenti hardware che le ospitano. Il fine ultimo può dirsi la manipolazione dei dati tramite conversione, immagazzinamento, protezione, trasmissione e recupero sicuro delle informazioni. L'implementazione può essere considerata anche come risorsa essenziale dell'organizzazione, per riuscire a gestire in maniera rapida, efficace ed efficiente il volume crescente di informazioni.

Queste necessità divengono prioritarie se si pensa che una gran parte delle pratiche di finanziamento viene ottenuta proponendo il rinnovo di precedenti cessioni quinto e quindi manipolazione dati conversione, immagazzinamento, protezione (si pensi alle esigenze privacy che assolutamente rappresentano una priorità fondamentale) trasmissione e recupero sicuro delle informazioni costituiscono fattore competitivo di grande rilievo.

Tutto ciò oggi viene svolto tramite elementari archivi cartacei.

Inoltre l'immediata disponibilità di dati ed informazioni consultabili e manipolabili in modo efficace ed efficiente consentirà all'azienda di proiettarsi verso un allargamento della gamma di offerta impensabile nell'attuale. Si pensi alla possibilità di verificare in real time tutte le altre potenzialità di accesso al credito, oltre alla cessione quinto stipendio, a vantaggio di un potenziale cliente.

Attualmente l'azienda acquisisce la clientela, formata totalmente da lavoratori dipendenti, per il 50% attraverso attività di distribuzione sul territorio di volantino cartacei e per il restante 50% attraverso il contatto diretto del cliente ad opera di un dipendente/collaboratore.

In questo scenario, l'azienda intende puntare sull'acquisizione di una soluzione ICT in grado di gestire dinamicamente operatori in sede o remoti con qualsiasi numero di rete fissa o mobile, rendendo il Call Center scalabile e incredibilmente efficiente.

Una struttura di siffatta natura andrebbe a sostituire la vetusta modalità di raccolta tramite volantaggio e raccolta "porta a porta" ormai divenute, in tutta evidenza, assai poco efficienti ed oltremodo dispendiose.

La possibilità di integrare le funzionalità outbound e di gestire in automatico le chiamate in uscita su una o più liste di contatti determinate a priori in modo semplice e veloce, comporterà un indiscutibile vantaggio di tempi e costi. Inoltre gli agenti possono essere definiti in tempo reale ed essere collegati ad una o più code di risposta.

La soluzione che si intende realizzare, include la gestione di un database di contatti che può essere importato e/o esportato tramite un semplice file CSV o, nel caso di integrazione con l'intera infrastruttura ICT da realizzare, alimentato direttamente dal database marketing e dal campaign manager.

I contatti potranno essere condivisi ed assegnati alle campagne con filtri e vari criteri di selezione. Ad ogni campagna sarà possibile assegnare i contatti da chiamare, il numero di linee da utilizzare, il sovraccarico di chiamate, il numero di tentativi e la modalità di trasferimento all'operatore.

Il modulo Call Center includerà un sofisticato strumento per l'analisi statistica delle chiamate e sarà possibile effettuare in tempo reale statistiche su un generico periodo di tempo ed ottenere i dettagli sulle code di chiamata su ogni singolo operatore.

a)azioni specifiche da svolgere, con particolare riguardo alle modalità organizzative e gestionali :

- Automatizzazione ed ottimizzazione delle diverse fasi del processo di gestione dei clienti, operatori e collaboratori attraverso l'introduzione di una infrastruttura ICT realizzata ad hoc in grado di gestire dinamicamente diversi aspetti dell'utilizzo del call center;
- Ottimizzazione della gestione dei flussi informativi aziendali con riferimento sia agli aspetti connessi all'intera macchina gestionale dell'azienda e sia di gestione dei clienti;
- Introduzione di soluzioni di e-commerce per una migliore promozione e vendita dei prodotti e soluzioni aziendali;
- Miglioramento del livello qualitativo della produzione attraverso un sistema di controllo e gestione della qualità assistito dall'utilizzo di soluzioni ICT integrate;
- Supporto tecnico ed operativo alla determinazione e controllo dei costi aziendali.

b) gli interventi da realizzare potenzieranno le attività della filiera produttiva (impianti di trasformazione, punti vendita aziendali, introduzione e/o sviluppo dell' e-commerce)

L'installazione di un call center aziendale costituisce una vera e propria apertura di un punto vendita aziendale di tipo virtuale dato che si affianca allo strumento di vendita rappresentato dal volantinaggio e dal direct contact un potente punto virtuale con funzioni di proposizione prodotti, assistenza alla preventivazione, assistenza post-vendita, assistenza al rinnovo, supporto ed assistenza interna ed esterna alla rete di vendita aziendale ecc.ecc.

Inoltre è prevista la realizzazione di un potente sito e-commerce attraverso il quale non solo reperire proposte di finanziamento ma anche incrementare il valore aziendale. Infatti tra le funzionalità previste si cita:

- formazione e qualificazione della rete di Vendita grazie ai corsi on line;
- fidelizzazione degli agenti causata dal consolidamento del senso di appartenenza alla community e alla realtà aziendale;
- trasferimento delle competenze grazie al contatto diretto tra venditori;
- gestione bidirezionale del flusso di informazioni tra Rete di Vendita e azienda mirata alla possibilità di ottenere feedback in tempo reale;
- immediata disponibilità di informazioni sulla commercializzazione di nuovi prodotti con conseguente riduzione del time to market;
- diminuzione dei costi di assistenza interna erogata ai venditori grazie al supporto diretto delle redazioni.

c) il progetto è a completamento/potenziamento di infrastrutture di Information & Communication Technology già esistenti:

Il progetto di investimento proposto rientra nell'ambito di un processo di potenziamento di infrastrutture di Information & Communication Technology già esistenti. In particolare si intende promuovere:

- l'incremento del livello di automazione del processo di produzione ed erogazione delle soluzioni finanziarie messe a punto dall'azienda
- incremento di efficienza del call center
- il miglioramento sito web aziendale con introduzione di soluzioni di e-commerce
- l'ottimizzazione dei flussi informativi aziendali

d) il progetto prevede il miglioramento dell'organizzazione aziendale (riduzione della sottoccupazione aziendale, riconversione e/o incremento occupazionale, ecc.) e della sicurezza sui luoghi di lavoro :

Il progetto proposto prevede un miglioramento complessivo delle performance aziendali agendo su tre aspetti differenti ed interrelati tra loro:

- organizzazione della produzione
- incremento del livello di automazione del processo di produzione
- ottimizzazione dei flussi comunicazionali

Tali azioni avranno ripercussioni immediate sull'organizzazione e distribuzione del lavoro all'interno della struttura di produzione che comporterà la modifica di talune attività lavorative e mansioni e l'introduzione, parziale, di nuovi ruoli e funzioni. In particolare parte degli addetti passeranno da una fase di lavoro maggiormente operativa ad una essenzialmente di controllo sull'andamento del processo di produzione ed erogazione del servizio. Inoltre saranno introdotte nuovi ruoli e funzioni connessi alla gestione delle tecnologie ICT di supporto al call center e alla macchina gestionale nel suo complesso.

Complessivamente il progetto proposto prevede una riconversione di parte degli addetti aziendali e un incremento occupazionale connesso con l'incremento di fatturato e di produzione atteso a regime in seguito all'attuazione del programma di investimento.

L'introduzione di soluzioni ICT avanzate e l'incremento di automazione del processo di produzione consentirà anche un sensibile impatto sulle problematiche connesse alla sicurezza sui luoghi di lavoro.

E' previsto un incremento della base occupazionale quantificabile in 60 ULA (30 lavoratori per turno per tre turni giornalieri da cinque ore ciascuno).

C2) – Incidenza sulla qualificazione del prodotto/servizio con un relativo aumento della competitività sul mercato

L'introduzione delle soluzioni ICT consentirà un sensibile incremento della competitività sul mercato attraverso:

- la riduzione del costo connesso al processo di produzione
- incremento di efficienza del call center aziendale
- migliore integrazione, nell'ambito del processo di produzione, di tecniche di gestione dei processi produttivi del tipo "just in time"
- incremento della qualità del prodotto immesso sul mercato attraverso un sistema di gestione integrato
- utilizzo di soluzioni di e-commerce per una migliore commercializzazione della propria produzione

a) il progetto prevede la realizzazione di nuovi prodotti e/o la diversificazione di alcuni altri e/o la certificazione di qualità delle produzioni/servizi aziendali :

Gli investimenti previsti nell'ambito del progetto proposto consentiranno una parziale differenziazione del prodotto che sarà in parte tarato sulle specifiche esigenze del cliente finale e la certificazione di qualità dell'intero processo di produzione aziendale.

Il progetto contempla l'ottenimento della certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2000.

b) Incremento percentuale del Valore Aggiunto aziendale atteso con gli interventi cofinanziati a regime :

Come è facilmente rinvenibile dalla lettura dei bilanci la creazione di un nuovo servizio determina un incremento del valore aggiunto aziendale che passa da euro 275.323 dell'anno 2008 ad euro dell'anno 1.388.856 2012 anno "a regime".

c) Sostenibilità economica, deducibile dal rapporto fra costo totale del progetto e fatturato annuo aziendale :

La sostenibilità economica del progetto è dimostrata dal fatto che il rapporto fra il costo totale del progetto, pari ad euro, € 169.964,70 ed il fatturato dell'anno 2008 pari ad euro 843.419 è di 5 ad 1.

d) Sostenibilità ambientale, in presenza di interventi e/o macchinari che consentono di ridurre le emissioni in atmosfera ovvero di migliorare la gestione dei rifiuti aziendali :

Le innovazioni che saranno introdotte all'interno della struttura produttiva di riferimento consentiranno una migliore capacità di controllo dell'andamento del processo di produzione anche con riferimento all'impatto ambientale e la gestione dei rifiuti aziendali.

C3) – Rilevanza della componente giovanile e femminile

a) Età del richiedente (impresa individuale) - Età media dei soci (per Società di persone) - Età dell'Amministratore unico ovvero media dei componenti il consiglio di amministrazione (per Società di capitali):

L'amministratore unico è nato il 04/09/1981.

b) Sesso del richiedente (impresa individuale), Sesso prevalente dei soci (per Società di persone), dell'Amministratore Unico ovvero prevalente fra i componenti del consiglio di amministrazione (per Società di capitali)

L'amministratore unico è di sesso maschile.

D) - Allegato Tecnico		
Spese agevolabili	Descrizione	(In k/euro)
A) PROGETTAZIONE		
Progettazione		0,00
Direzione dei lavori		0,00
Piano di marketing e accessorie	- Studi Fattibilità	4,25
	TOTALE A) PROGETTAZIONE	4,25
TOTALE SPESE DI PROGETTAZIONE AMMISSIBILI		4,25
B) IMPIANTI		
Elettrico	Impianto di rete	15,00
Telematico	Impianto elettrico	5,00
	TOTALE B) IMPIANTI	20,00
C) MACCHINARI, ATTREZZATURE E STRUMENTI		
C.1) Macchinari		
Macchinario 1	Switc di rete (sistema di gestione rete aziendale)	14,00
Macchinario 2	Server completo di n°4dischi server + sistema backup storage	9,07
Macchinario 3	Armadio rack	2,90
Macchinario 4	N° 30 PC Completi	18,57
Macchinario 5	N° 30 Gruppi continuità per client	2,70
Macchinario 6	Gruppo continuità per server ed altri dispositivi hardware	1,85
Macchinario 7	Postazioni operative per call center (totale 30 postazioni)	14,55
Macchinario 8	Centralino telefonico	10,31
Macchinario 9	N° 30 Cuffie professionali+adattatori	2,30
Macchinario 10	Gateway 30 canali	3,25
Macchinario 11	Centralino, cuffie, gateway: istallazione + spese trasferta	4,08
Macchinario 12	0	0,00
	TOTALE MACCHINARI	83,57
C.2) Attrezzature		
Attrezzatura 1		0,00
Attrezzatura 2		0,00
Attrezzatura 3		0,00
	TOTALE ATTREZZATURE	0,00
C.3) Strumenti		
Strumento 1		0,00
Strumento 2		0,00
Strumento 3		0,00
	TOTALE STRUMENTI	0,00
TOTALE C) MACCHINARI, ATTREZZATURE E STRUMENTI		83,57

D) IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI		
Programmi informatici	Microsoft windows 2008 server	2,48
Programmi informatici	Microsoft SQL 2008 St. Ed. – 10 Cl	1,80
Programmi informatici	Antivirus Nod 32 Server-client	0,48
Programmi informatici	SYMANTEC BACKUP EXEC SERVER ED.	0,90
Programmi informatici	Sito e commerce	22,00
Programmi informatici	Soft CRM Contact Pro	31,98
Acquisizione tecnologia	Certificazione ISI 9001:2000	2,50
Acquisizione tecnologia	0	0,00
Acquisizione tecnologia	0	0,00
TOTALE D) IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI		62,14
	TOTALE INVESTIMENTO	169,96

il sottoscritto REITANO GIANCARLO
nato a MADDALONI il 04/09/1981
residente in MADDALONI
via ROMA n° 8
Comune MADDALONI CAP 810240 Provincia CE
in qualità di /titolare/legale rappresentante/ dell'impresa denominata:
FINCONTATTO SRL forma giuridica SRL
con sede legale in VIALE VIA PIETRO COLLETTA 12
Comune NAPOLI CAP 80136 Provincia NA
Iscritta al registro delle imprese di NAPOLI con il n° 03250730615 REA n° 801188
C.F. 03250730615 P.IVA 03250730615

DICHIARA

ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. n. 445 del 28/12/2000, consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere e falsità negli atti, richiamate dall'art. 76

che tutte le notizie fornite nella presente Scheda tecnica, composta di n. _____ fogli, e nell'altra documentazione a corredo del modulo di domanda corrispondono a verità.

Napoli

IL LEGALE RAPPRESENTANTE⁽³⁾

(3) Allegare copia di un documento di identità in corso di validità e sottoscritto, avendo cura che tale copia sia leggibile. In caso di cittadini extracomunitari occorre invece l'autenticazione da parte di un pubblico ufficiale (circoscrizione, notaio o ambasciata).

RELAZIONE TECNICO ECONOMICA

DITTA: Fincontatto S.R.L.

FINALITA' PERSEGUITE

1. Innovazione organizzativa, di processo e di prodotto

Il progetto prevede la realizzazione di una struttura informatizzata comprendente al suo interno un call center attraverso il quale sviluppare la promozione delle attività dell'impresa.

Lo scopo dell'investimento è anche quello del miglioramento, l'implementazione, dei sistemi informativi computerizzati con particolare attenzione alle applicazioni software ed ai componenti hardware che le ospitano. Il fine ultimo può dirsi la manipolazione dei dati tramite conversione, immagazzinamento, protezione, trasmissione e recupero sicuro delle informazioni. L'implementazione può essere considerata anche come risorsa essenziale dell'organizzazione, per riuscire a gestire in maniera rapida, efficace ed efficiente il volume crescente di informazioni.

Innovazione organizzativa

Queste necessità divengono prioritarie se si pensa che una gran parte delle pratiche di finanziamento viene ottenuta proponendo il rinnovo di precedenti cessioni quinto e quindi manipolazione dati conversione, immagazzinamento, protezione (si pensi alle esigenze privacy che assolutamente rappresentano una priorità fondamentale) trasmissione e recupero sicuro delle informazioni costituiscono fattore competitivo di grande rilievo. Tutto ciò oggi viene svolto tramite elementari archivi cartacei.

Inoltre l'immediata disponibilità di dati ed informazioni consultabili e manipolabili in modo efficace ed efficiente consentirà all'azienda di proiettarsi verso un allargamento della gamma di offerta impensabile nell'attuale. Si pensi alla possibilità di verificare in real time tutte le altre potenzialità di accesso al credito, oltre alla cessione quinto stipendio, a vantaggio di un potenziale cliente.

Ulteriore innovazione organizzativa

Attualmente l'azienda acquisisce la clientela, formata totalmente da lavoratori dipendenti, per il 50% attraverso attività di distribuzione sul territorio di volantino cartacei e per il restante 50% attraverso il contatto diretto del cliente ad opera di un dipendente/collaboratore.

In questo scenario, l'azienda intende puntare sull'acquisizione di una soluzione ICT in grado di gestire dinamicamente operatori in sede o remoti con qualsiasi numero di rete fissa o mobile, rendendo il Call Center scalabile e incredibilmente efficiente.

Una struttura di siffatta natura andrebbe a sostituire la vetusta modalità di raccolta tramite volantinaggio e raccolta "porta a porta" ormai divenute, in tutta evidenza, assai poco efficienti ed oltremodo dispendiose.

Innovazione di prodotto e di processo

La possibilità di integrare le funzionalità outbound e di gestire in automatico le chiamate in uscita su una o più liste di contatti determinate a priori in modo semplice e veloce, comporterà un indiscutibile vantaggio di tempi e costi. Inoltre gli agenti possono essere definiti in tempo reale ed essere collegati ad una o più code di risposta.

La soluzione che si intende realizzare, include la gestione di un database di contatti che può essere importato e/o esportato tramite un semplice file CSV o, nel caso di

integrazione con l'intera infrastruttura ICT da realizzare, alimentato direttamente dal database marketing e dal campaign manager.

I contatti potranno essere condivisi ed assegnati alle campagne con filtri e vari criteri di selezione. Ad ogni campagna sarà possibile assegnare i contatti da chiamare, il numero di linee da utilizzare, il sovraccarico di chiamate, il numero di tentativi e la modalità di trasferimento all'operatore.

Il modulo Call Center includerà un sofisticato strumento per l'analisi statistica delle chiamate e sarà possibile effettuare in tempo reale statistiche su un generico periodo di tempo ed ottenere i dettagli sulle code di chiamata su ogni singolo operatore.

Più in dettaglio

L'avvento del web ha fatto sì che ogni tipo di attività, commerciale o finanziaria che sia, possa contare sul fatto di poter tenere costantemente traccia dei bisogni dei propri clienti. La particolare struttura del web infatti, fa sì che ogni informazione sia monitorabile, aggiornabile e sfruttabile 365 giorni all'anno, grazie a portali che offrono al cliente una serie di opzioni inerenti al proprio profilo. La dinamicità di questa nuova concezione di veicolare informazioni ha fatto sì che ogni flusso di dati sia sempre disponibile e manipolabile, in qualsiasi parte del mondo ci si trovi e, di conseguenza, offrendo la possibilità decentrare le attività di un gruppo, industriale o finanziario, non relegandolo necessariamente ad una struttura fisica, ma invece sfruttando proprio il web per raccogliere informazioni e nuovi contatti, quindi futuri potenziali clienti.

In questo caso si è deciso di operare nel seguente modo:

1. creazione di un sito/portale atto ad attirare nuovi clienti e ad offrire servizi/notizie aggiornate,
2. creazione di un sistema call center /customer recall di gestione delle richieste dei potenziali clienti, di analisi e di gestione delle informazioni.

I due sistemi possono essere visti come due entità completamente separate e distinte una dall'altra ma, in realtà sono uno il completamento dell'altro.

Il sito web è in particolare strutturato in modo da:

- a) veicolare informazioni pubblicitarie,
- b) mettere in evidenza offerte, prodotti, contatti preventivi di finanziamento,
- c) offrire ai clienti un'area ad accesso limitato in cui poter visualizzare le proprie pratiche.

La pagina principale del portale sarà strutturata in modo da poter ospitare in piena evidenza, immagini, filmati o animazioni inerenti a quelle che sono le offerte di finanziamento. Ampia cura è stata messa nella previsione di creare anche delle sezioni dedicate a tematiche di interesse rilevante per i clienti quali legislazione, informazioni forme di finanziamento.

La modularità del portale è tale da mettere in condizione l'amministratore di creare sezioni, modificare menu, inserire news in perfetta autonomia e senza dover ricorrere al produttore del sistema.

Vista l'importanza oggi come oggi, dei dati dei propri clienti il sistema è pensato per chiedere in fase di registrazione i dati che maggiormente sono rilevanti al fine del core business dell'azienda. Questi dati saranno immagazzinati e conservati in un archivio pronti per essere sempre disponibili.

Una volta registrati gli utenti potranno fornire e ricevere le più disparate informazioni, composizione del nucleo familiare, tipo di lavoro svolto, esistenza di altri finanziamenti, stato dei pagamenti, interessi, comunicazioni di vario tipo, richiedere preventivi personalizzati.

Il fatto che si deve evidenziare del portale per gli utenti a che da solo potrebbe essere poco utile ai fini del core business dell'azienda. Se affiancato ad un call center invece, si trasforma in uno strumento di indubbia efficacia. Il motivo di questa efficacia a che il portale attirando nuovi utenti, veicola informazioni di vario tipo alla stessa stregua di un customer recall.

Mediante il customer recall i dipendenti possono:

1. cercare le anagrafiche dei clienti
2. registrare clienti direttamente dopo averli contattati telefonicamente o dopo un appuntamento,
3. inserire informazioni riguardanti il nucleo familiare, in particolare coniuge, numero di figli, occupazione dei membri della famiglia, proprietà immobiliari,
4. inviare newsletter con informazioni sulle nuove promozioni,
5. cercare tutti i prodotti acquistati da quell'utente in particolare,
6. inserire le richieste o la sottoscrizione di nuove forme di finanziamento o di rifinanziamento,
7. inserire, in totale autonomia e flessibilità, nuovi prodotti nel catalogo dell'azienda.

Una volta contattato e registrato un utente, a possibile da parte del personale effettuare le seguenti attività:

1. registrare tutte le attività relative a quel cliente, in particolare avere uno storico delle chiamate, con impressioni date, richieste,
2. inserire la disponibilità del cliente a sottoscrivere nuove forme di finanziamento,
3. modificare o cancellare informazioni relative a prodotti acquistati,
4. visualizzare lo stato di tutti i pagamenti del cliente in base ai prodotti acquistati,
5. in caso di promozioni quali ad esempio accumulo di punti per ogni prodotto acquistato, la possibilità di vedere, inserire e modificare i punti accumulati dal cliente e quindi il bonus a cui ha diritto.

La registrazione delle attività dei clienti sarà semplice ma funzionale. Una volta contattato e registrato al cliente viene assegnato un identificativo numerico univoco che, come il codice fiscale, sarà l'identificativo del cliente. Mediante questo identificativo il customer recall potrà inserire quelle che nel gestionale vengono chiamate Azioni, e cioè tutte le richieste dirette, provenienti ad esempio dal portale, che indirette, inserite dal personale della ditta. La visualizzazione dello storico di tutte le azioni del cliente a uno strumento utile per capire quale è il reale grado di interesse/necessità dello stesso verso una forma di finanziamento.

La disponibilità del cliente a intesa come il potenziale finanziamento massimo che il cliente è in grado di ottenere in base alle informazioni fornite, quindi tipo di lavoro, tipo di contratto, stipendio netto mensile, presenza di altri finanziamenti in corso.

Questa voce è particolarmente efficace in caso il cliente richieda delle informazioni telefoniche al call center dell'azienda. Permette infatti all'operatore di dare delle risposte, seppur di massima, sull'ammontare massimo del finanziamento richiedibili.

2. Miglioramento dell'efficienza della macchina gestionale.

L'obiettivo ultimo è quello di ottimizzare, coordinare e ridisegnare tutti i processi della catena del valore di un'impresa attraverso l'uso intensivo di soluzioni ITC.

Le soluzioni prescelte permettono di raggiungere livelli di efficienza superiori lungo l'intera catena del valore, a partire dalla gestione dei rapporti con fornitori e collaboratori, mandanti ed altre entità terze, la pianificazione degli appuntamenti, la gestione della singola pratica, la pianificazione dell'offerta, fino a giungere alla fase erogativa.

Le soluzioni prescelte sono la chiave per incrementare la visibilità dell'impresa nella filiera

produttiva, consentendo a tutti gli attori, il raggiungimento di benefici quali:

- miglioramento delle performance attraverso un più efficiente sfruttamento delle risorse, una più opportuna previsione dei fabbisogni e più efficace pianificazione della produzione e distribuzione;
- aumento di soddisfazione dei clienti grazie ad un miglior servizio associato alla vendita ed una comunicazione più rapida ed efficiente.

Le applicazioni dell'area **Risorse Umane** portano enormi benefici in termini di:

- Riduzione di tempi e di costi dei processi relativi alla gestione amministrativo contabile del personale
- Aumento di produttività del personale stesso
- Migliore pianificazione e gestione delle risorse umane
- Migliore integrazione della funzione Risorse Umane con le altre

Le applicazioni a supporto delle aree **commerciale e marketing** consentono all'azienda di:

- Gestire tutti i processi core della catena del valore in modo integrato, con conseguente maggiore flessibilità ed efficienza
- poter incrementare la visibilità all'interno dell'intera filiera, dai fornitori al cliente, attraverso un'integrazione con soluzioni **CRM**,
- ridurre le spese operative
- migliorare il servizio al cliente.

I RISULTATI ATTESI

Obiettivi produttivi e di redditività perseguiti

Nella tabella che segue si è operata la segmentazione del fatturato nelle principali componenti:

In primis il business tradizionale della cessione del quinto dello stipendio; a seguire i nuovi prodotti ce saranno offerti a seguito del miglioramento dell’efficienza della macchina gestionale e della ristrutturazione in senso orizzontale del business ovvero

1. Altre forme di credito al consumo (prestiti personali, carte revolving ecc.);
2. Mutui a medio/lungo termine.

Come si può constatare il business aggiuntivo è destinato a divenire altrettanto importante del *core business*.

Fatturato previsionale			
(Valori espressi in Euro)			
Anni	Previsionali		
	2010	2011	2012
Tipo	€ Var./Mix	€ Var./Mix	€ Var./Mix
Cessioni quinto stipendio	900.000	1.000.000	1.325.000
Altre forme credito al consumo	90.000	450.000	720.000
Mutui M/L termine	15.000	30.000	75.000
Totale	1.005.000	1.480.000	2.120.000

Bilanci di previsione

Di seguito si espongono i bilanci di previsione 2010/2012:

Stato Patrimoniale			
(Valori espressi in Euro)			
Anni	Storico	Previsionali	
S.P.	2010	2011	2012
Liquidità Finanziarie	120.661	137.891	282.374
Clienti e Crediti diversi	45.225	208.300	287.616
Risconti attivi	0	0	0
Magazzino	0	0	0
ATTIVO CORRENTE	165.886	346.191	569.991
Immobil. Materiali	196.009	196.009	196.009
Fondi Ammortamento	50.315	86.668	123.021
Immobil. Immateriali	56.805	40.524	27.166
Immobil. Finanziarie	5.000	5.000	5.000
ATTIVO FISSO	207.498	154.864	105.153
CAPITALE INVESTITO	373.385	501.055	675.144
Debiti finanz. a breve	0	0	0
Risconti Pass.,Fornitori, Debiti trib.	113.072	186.840	241.485
PASSIVO CORRENTE	161.037	263.220	253.099
Debiti Finanziari a ML	104.484	134.381	70.537
Altri debiti a ML	0	0	0
PASSIVO CONSOLIDATO	104.484	134.381	70.537
MEZZI PROPRI	193.240	223.122	292.640

Conto economico			
(Valori espressi in Euro)			
Anni C.E.	Previsionali		
	2010	2011	2012
Ricavi operativi netti	1.005.000	1.480.000	2.120.000
Var. Rim. Prodotti e Semil.	0	0	0
Acquisti Prodotto finito	0	0	0
Lavori in Economia	0	0	0
Valore della Produzione	1.005.000	1.480.000	2.120.000
Var. Rim. Merci/Mat. Prime	0	0	0
Acquisti Merci/Mat. Prime	0	0	0
Costi per Servizi e Oneri diversi	568.526	646.788	731.143
Lavorazioni Esterne	0	0	0
Valore Aggiunto	436.473	833.211	1.388.856
Costo lavoro	248.000	589.160	1.031.194
M.O.L.	188.473	244.051	357.661
Ammortamenti materiali	26.495	36.353	36.353
Ammortamenti immateriali	18.081	18.531	13.358
Accantonamenti	0	0	0
Risultato Operativo	143.896	189.166	307.950
Oneri Finanziari	3.300	2.708	2.084
Proventi Finanziari	713	708	1.460
Gestione Straordinaria	8.500	17.000	17.000
Gestione non operativa	0	0	0
Imposte	60.400	94.283	154.807
Risultato Netto	89.409	109.882	169.518

Di seguito si espongono i principali indicatori di redditività

Indicatori di redditività					
INDICI	ANNI	Previsionali			
		2010	2011	2012	2013
Reddito Netto €		89.409	109.882	169.518	226.171
Saggio Redditività netta Reddito N./Fatturato N.		8,89%	7,42%	7,99%	9,96%
ROE Reddito Netto/Mezzi Propri		86,11%	97,03%	137,68%	158,56%
Reddito Operativo €		143.896	189.166	307.950	392.854
ROI Reddito Operat./Capit. Invest.		38,53%	37,75%	45,61%	47,70%
ROS Reddito Operat./Fatturato N.		14,31%	12,78%	14,52%	17,30%
Turnover Capitale Investito Fatturato/Capitale Investito		2,69	2,95	3,14	2,75
ROD (return on debts) Oneri Finanz./Capitale Terzi		1,83%	0,97%	0,54%	0,31%
Incid. Costo lavoro/Fatturato		24,67%	39,80%	48,64%	46,78%
Incid. Costo lavoro/Valore Agg.		56,81%	70,70%	74,24%	70,58%
Fatturato per addetto €		45.681	27.924	22.795	24.408
Valore Aggiunto per addetto €		19.839	15.720	14.933	16.179

Come è facilmente rinvenibile dalla lettura dei bilanci la creazione di un nuovo servizio determina un incremento del valore aggiunto aziendale che passa da euro 275.323 dell’anno 2008 ad euro dell’anno 1.388.856 2012 anno “a regime”.

La sostenibilità economica del progetto è dimostrata dal fatto che il rapporto fra il costo totale del progetto, pari ad euro, € 169.964,70 ed il fatturato dell’anno 2008 pari ad euro 843.419 è di 5 ad 1.

Napoli,