MANUALE OPERATIVO

CRM COMMERCIALE

Guida pratica all’utilizzo, alla gestione e alla personalizzazione dell’applicativo

Versione di riferimento 2.9.2

Giemme Produzioni · Documento di supporto per utenti e amministratori



GESTISCI • ORGANIZZA • CONVERTI

INTRODUZIONE

A cosa serve questo manuale

Una guida di lavoro per utilizzare il CRM in modo coerente, sicuro e misurabile.

OP

Per gli operatori

Gestire il contatto, aggiornare l'anagrafica, registrare l'esito e pianificare il passo successivo.

RC

Per responsabili e direzione

Organizzare le priorità, monitorare il team, confrontare campagne e leggere i report.

AD

Per amministratori

Configurare utenti, campagne, email, personalizzazione, esiti e stati prospect.

Il manuale descrive le funzionalità della versione 2.9.2 confermata in uso. Alcune voci possono apparire solo in base al ruolo e alle impostazioni aziendali.

Suggerimento: usa le slide come procedura passo-passo; gli esempi sono illustrativi. Prima di modifiche massive o cancellazioni, esegui sempre un backup.

INTRODUZIONE

Il flusso commerciale in sette passaggi

Il CRM rende tracciabile il percorso dal listato alla gestione della relazione commerciale.

1. **Importa il listato**
2. **Verifica i dati**
3. **Assegna i prospect**
4. **Lavora il contatto**
5. **Registra l'esito**
6. **Pianifica il seguito**
7. **Analizza i risultati**

Regola operativa

Ogni telefonata deve terminare con un esito, note sufficienti e un prossimo passo chiaro quando necessario.

Regola manageriale

Gli indicatori sono affidabili soltanto se gli operatori registrano le attività in modo uniforme e tempestivo.

ORIENTAMENTO

Mappa del menu principale

Le funzioni sono organizzate in aree operative, amministrative e di controllo.

01 Lavoro quotidiano

- Dashboard
- Assegna prospect
- I miei contatti
- Appuntamenti
- Attività operatori

02 Dati e organizzazione

- Clienti
- Campagne
- Utenti
- Importa listato
- Report

03 Configurazione e controllo

- Dashboard direzionale
- Impostazioni email
- Personalizzazione aziendale
- Esiti chiamata
- Stati prospect

Le voci di configurazione sono in genere riservate all'amministratore; se non vedi una voce, verifica ruolo e permessi.

ACCESSO E RUOLI

Ruoli e responsabilità

I permessi determinano quali record e quali impostazioni può consultare o modificare ciascun account.

Ruolo	Responsabilità operativa
Amministratore	Gestione completa del CRM, utenti e configurazioni; accesso ai pannelli amministrativi.
Responsabile	Supervisione del team, attività e risultati secondo i permessi configurati.
Operatore	Lavorazione dei prospect assegnati, telefonate, richiami e appuntamenti di propria competenza.
Cliente	Accesso limitato ai dati associati al cliente e alle campagne abilitate.

Non condividere gli account. Se una persona cambia ruolo o lascia il team, l’amministratore deve aggiornare o disattivare l’utenza.

ACCESSO E RUOLI

Prima di iniziare: regole essenziali

Piccole abitudini evitano perdita di dati, duplicazioni e invii indesiderati.

01 Accedi con il tuo account

Usa credenziali personali e non lasciarle salvate su dispositivi condivisi.

02 Verifica la campagna

Prima di modificare o assegnare prospect, controlla la campagna selezionata.

03 Salva ogni operazione

Distingui tra salvare l'anagrafica, registrare la telefonata e salvare un appuntamento.

04 Rispetta i consensi

Non contattare chi è bloccato o ha espresso opposizione alle comunicazioni.

05 Proteggi i dati

Scarica CSV/PDF solo se necessario e conservali in luoghi autorizzati.

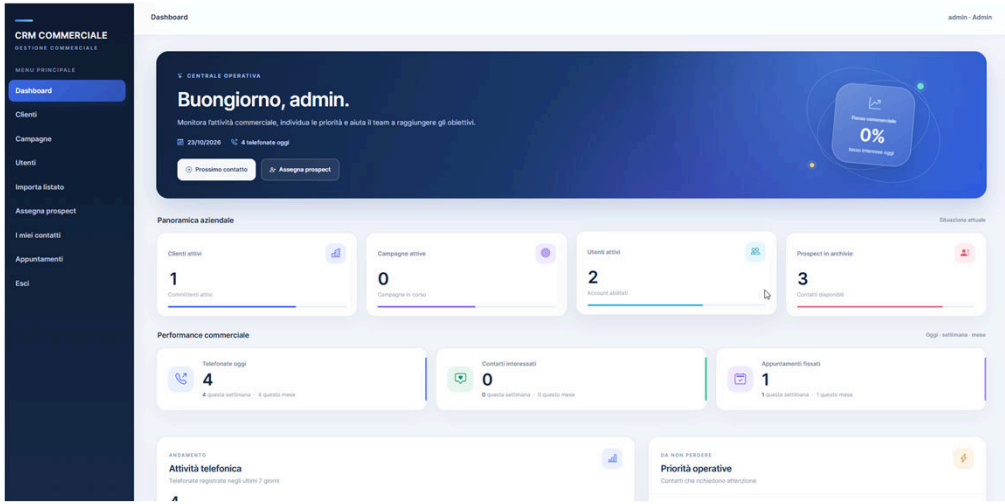
06 Conferma prima di eliminare

Le operazioni irreversibili richiedono attenzione e la parola di conferma prevista.

Accesso e orientamento nella schermata

La barra laterale contiene le aree di lavoro; la parte centrale mostra filtri, schede e azioni della pagina attiva.

- **Menu laterale:** passa da una funzione all’altra.
- **Titolo della pagina:** conferma in quale sezione ti trovi.
- **Area di lavoro:** contiene moduli, tabelle e pulsanti principali.
- **Utente in alto a destra:** controlla l’account attivo prima di operazioni importanti.
- **Uscita:** termina la sessione quando hai finito.

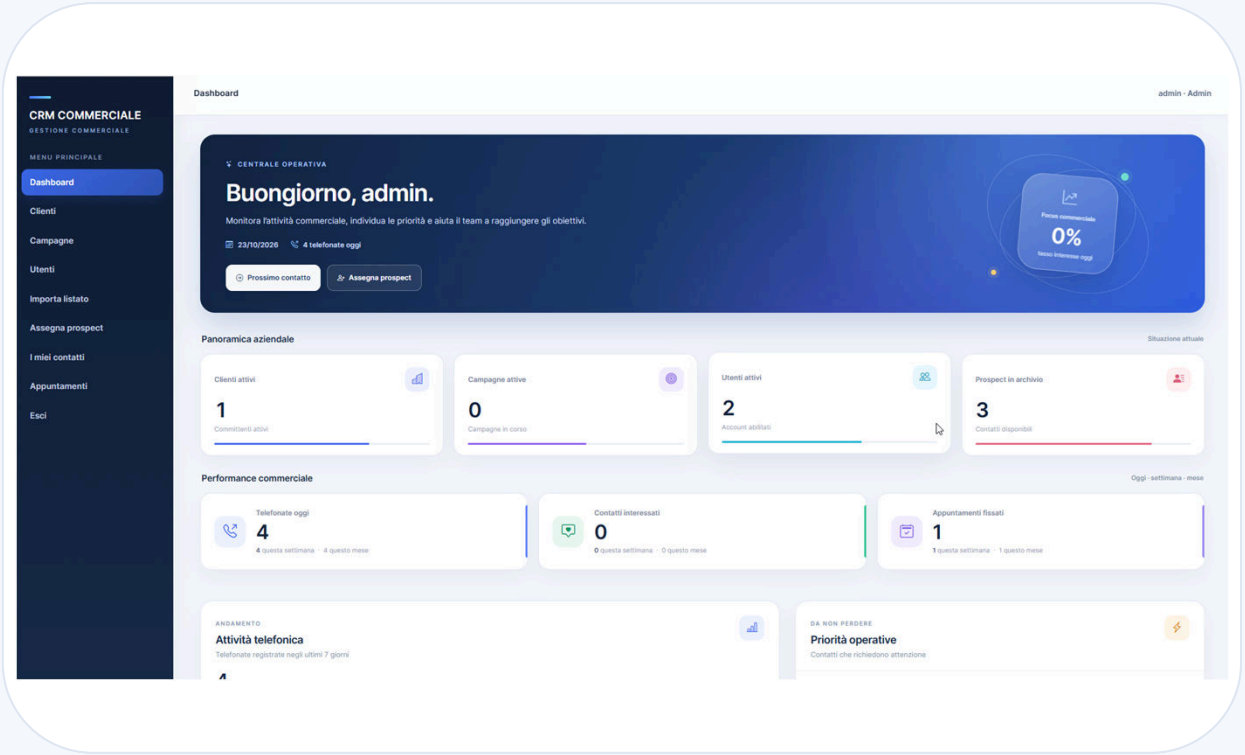


Se la pagina conserva vecchi stili dopo un aggiornamento, prova Ctrl + F5 per ricaricare le risorse del browser.

MONITORAGGIO

Dashboard operativa

Una lettura rapida dell’attività corrente e dei contatti che richiedono attenzione.



I valori mostrati cambiano con i dati registrati e con il ruolo dell’utente.

1 Panoramica aziendale

Clienti attivi, campagne, utenti e prospect in archivio.

2 Performance commerciale

Telefonate, contatti interessati e appuntamenti per i periodi mostrati.

3 Priorità operative

Usa i collegamenti rapidi per riprendere i contatti o assegnare prospect.

MONITORAGGIO

Dashboard direzionale: leggere i risultati

Usala per confrontare il periodo, individuare ritardi e capire dove intervenire.

V

Volumi

Telefonate e appuntamenti nel periodo selezionato.

Q

Qualità

Esiti interessati e tasso di interesse, secondo gli esiti registrati.

!

Recupero

Richiami scaduti e interessati senza prossimo passo.

Procedura consigliata

- Imposta data iniziale e finale prima di confrontare i risultati.
- Seleziona una campagna per isolare un'attività specifica.
- Confronta gli operatori su volumi e qualità, non solo sul numero di chiamate.
- Apri le priorità per trasformare i dati in azioni concrete.

DOMANDE A CUI RISPONDERE

- Quanti contatti sono stati lavorati?
- Quanti hanno mostrato interesse?
- Quali richiami sono in ritardo?
- Quale campagna richiede supporto?

DATI DI BASE

Clienti e campagne: struttura dei dati

Il cliente rappresenta l'organizzazione committente; la campagna raggruppa una specifica attività commerciale.

CLIENTE

Anagrafica del committente

↓

CAMPAGNA

Obiettivo, listati e assegnazioni

→

1 Perché tenere separate le campagne?

Permette di filtrare il lavoro, assegnare responsabili e leggere risultati per progetto.

2 Prima di creare una nuova campagna

Verifica se esiste già un progetto equivalente: duplicare le campagne può frammentare lo storico.

! Prima di eliminare

La cancellazione di una campagna può coinvolgere liste, collegamenti, attività e appuntamenti associati.

Le anagrafiche usate anche da altre campagne devono essere considerate condivise: evita cancellazioni non necessarie.

AMMINISTRAZIONE

Gestione utenti e accessi

Crea un account per ogni persona e assegna il ruolo coerente con le responsabilità.

01 Crea l’utente

Inserisci dati identificativi e indirizzo email univoco.

02 Assegna il ruolo

Admin, responsabile, operatore o cliente secondo il caso.

03 Collega i dati necessari

Per gli account cliente, verifica il collegamento all’anagrafica/ambito corretto.

04 Controlla lo stato

Solo gli account attivi devono poter accedere.

05 Verifica dalla vista utente

Accedi con un account di test per controllare la visibilità effettiva.

Protezione prevista: il CRM impedisce di eliminare l’account con cui si è collegati e l’ultimo amministratore attivo. Prima di rimuovere un utente controlla le assegnazioni.

PROSPECT

Importare un listato: preparazione del file

La qualità dell’importazione dipende soprattutto da come è preparato il CSV di origine.

1 · Pulisci i dati

- Una riga per azienda/contatto.
- Rimuovi righe vuote e intestazioni ripetute.
- Uniforma telefoni e città.

2 · Controlla le colonne

- Usa intestazioni chiare.
- Separa email, telefono e indirizzo.
- Evita valori multipli nella stessa cella.

3 · Esporta in CSV

- Salva il foglio come CSV.
- Conserva il file originale come backup.
- Non includere colonne non necessarie.

Prima di importare un file completo, prova con un piccolo campione e controlla i risultati nel CRM.

Non inviare file contenenti dati personali non necessari. Un listato deve essere raccolto e utilizzato secondo le regole applicabili alla campagna.

PROSPECT

Importazione: procedura e controlli

Segui l’ordine proposto dal modulo Importa listato e non saltare la verifica finale.

01 Apri Importa listato

Seleziona la campagna corretta prima di caricare il CSV.

02 Carica il file

Usa il file preparato; se il sistema non accetta XLS/XLSX, esporta in CSV.

03 Verifica la corrispondenza

Controlla come le colonne vengono associate ai campi del CRM.

04 Conferma l’importazione

Leggi il riepilogo di nuove anagrafiche, collegamenti e righe saltate.

05 Controlla campioni

Apri alcuni prospect, verifica telefoni, email, città e campagna.

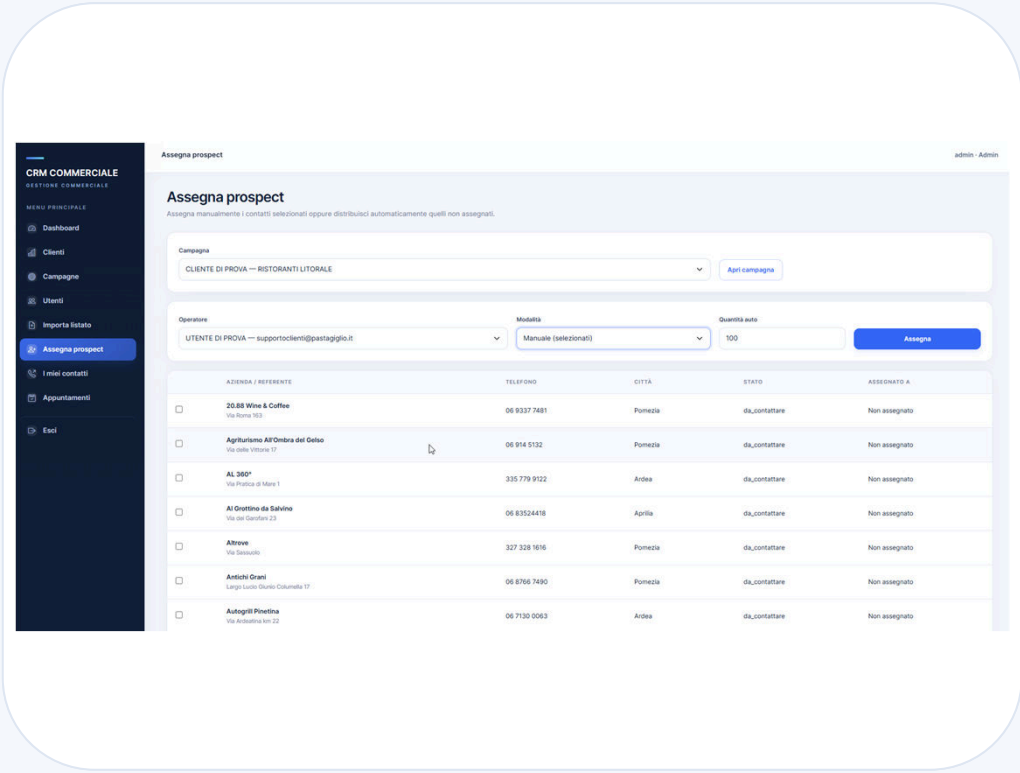
Se il riepilogo segnala righe saltate, correggi il file di origine e ripeti solo dopo aver capito la causa. Evita di importare più volte lo stesso listato senza controllo.

PROSPECT

Assegnare prospect agli operatori

L’assegnazione definisce chi deve lavorare il contatto e alimenta la coda operativa.

- **1. Seleziona la campagna:** controlla il nome del progetto.
- **2. Scegli l’operatore:** assegna il nominativo al responsabile corretto.
- **3. Scegli la modalità:** manuale per i record selezionati oppure automatica per distribuire non assegnati, se disponibile.
- **4. Seleziona i record:** usa le caselle; la selezione totale riguarda i record visualizzati secondo la pagina/filtro.
- **5. Premi Assegna:** controlla poi la colonna “Assegnato a”.



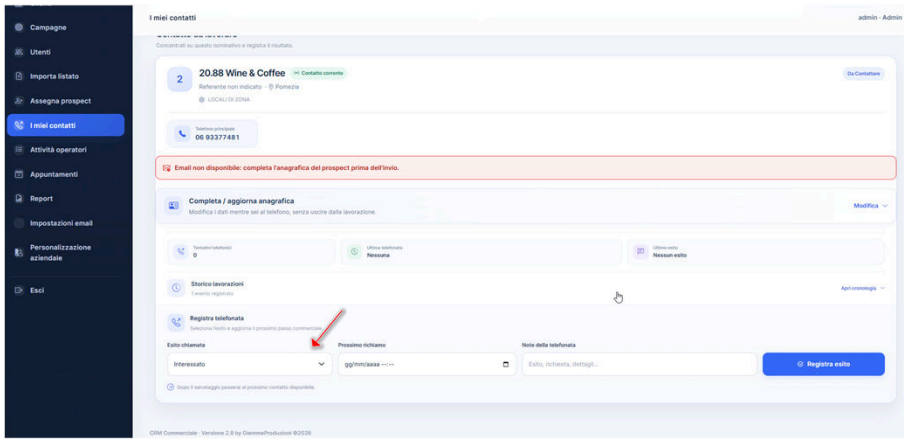
Prima di una redistribuzione, verifica il filtro e la quantità: l’assegnazione errata può spostare il lavoro tra operatori.

LAVORAZIONE

I miei contatti: la coda dell’operatore

Questa è la schermata principale per telefonare, registrare l’esito e proseguire sul nominativo successivo.

- Cerca per azienda, telefono o città e applica il filtro campagna.
- Apri il nominativo da lavorare; controlla stato, referente, città e telefono.
- Se l’email manca, il CRM mostra un avviso rosso: completa prima l’anagrafica.
- Usa la scheda di aggiornamento per correggere i dati senza uscire dalla lavorazione.
- Registra l’esito e il prossimo richiamo prima di passare oltre.



L’avviso rosso “Email non disponibile” è un promemoria di qualità dati: non è un errore tecnico di invio.

LAVORAZIONE

Come leggere la scheda del prospect

Usa ogni area della scheda per una funzione specifica; evita di inserire tutte le informazioni nelle note.

A

Dati principali

Azienda, referente, città e stato commerciale.

B

Recapiti

Telefono principale e, se disponibile, email per il contatto.

C

Indicatori attività

Tentativi telefonici, ultima telefonata, ultimo esito.

D

Storico lavorazioni

Apri la cronologia per rivedere attività già registrate e non ripetere domande.

E

Registra telefonata

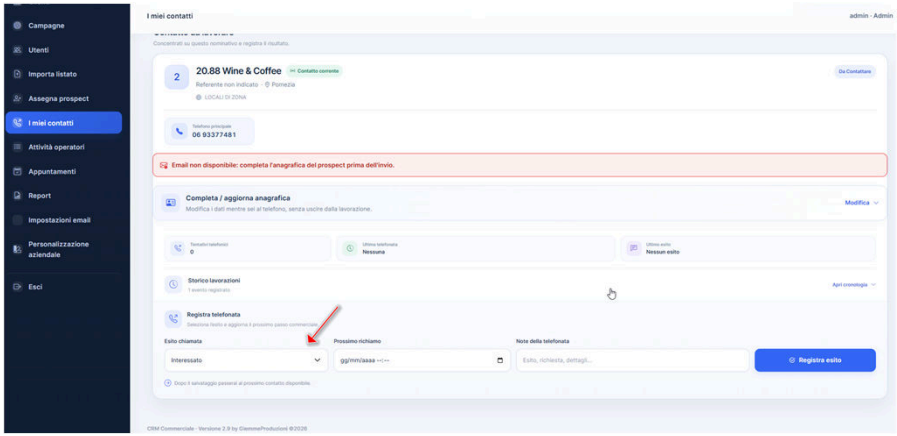
Esito, data/ora del richiamo e note della chiamata corrente.

Prima di telefonare leggi lo storico; dopo la chiamata aggiungi note brevi ma utili, evitando valutazioni soggettive o dati irrilevanti.

Aggiornare l’anagrafica durante la telefonata

La modifica rapida permette di completare i dati senza abbandonare la scheda di lavorazione.

- **Apri “Completa / aggiorna anagrafica”:** premi “Modifica”.
- **Aggiorna i campi:** azienda, referente, telefono principale/secondario, email, sito web, indirizzo, città, provincia, settore e note generali quando disponibili.
- **Salva i dati cliente:** il salvataggio dell’anagrafica è separato dalla registrazione della chiamata.
- **Verifica il risultato:** l’avviso email può sparire quando viene salvato un indirizzo valido.
- **Continua la lavorazione:** registra separatamente esito, note telefonata e richiamo.



I dati aziendali possono essere condivisi tra più campagne; una correzione all’anagrafica può quindi riflettersi in altri contesti collegati.

LAVORAZIONE

Registrare correttamente una telefonata

La registrazione consolida il contatto nello storico e aggiorna le priorità operative.

1. **Scegli l’esito**
2. **Imposta il richiamo**
3. **Scrivi note utili**
4. **Premi Registra esito**
5. **Verifica lo storico**

Note efficaci

Annota informazioni verificabili: richiesta del referente, soluzione proposta, obiezioni, decisione e azione concordata.

Note da evitare

Evita “richiamare” senza data, note vaghe, giudizi personali o dettagli sensibili non necessari.

Non confondere il campo “Esito chiamata” con lo “Stato commerciale”: il primo descrive la telefonata, il secondo la fase del prospect.

CONFIGURAZIONE

Pannello “Esiti chiamata”

L’amministratore può adattare le voci del menu alle procedure telefoniche dell’azienda.

01 Apri Esiti chiamata

La voce è visibile agli amministratori.

02 Aggiungi o modifica

Assegna un’etichetta chiara e comprensibile agli operatori.

03 Scegli il comportamento

Il comportamento determina l’aggiornamento operativo: interesse, appuntamento, richiamo, mancato contatto, non interessato, non contattare o neutro.

04 Elimina solo ciò che serve

Prima valuta se la voce è ancora usata nei processi o nelle istruzioni del team.

05 Prova da un contatto test

Verifica che la nuova voce appaia e che il comportamento atteso funzioni.

Non usare “Non contattare” come semplice sinonimo di “Non interessato”: è una scelta più forte che blocca i contatti futuri per l’anagrafica.

CONFIGURAZIONE

Pannello “Stati prospect”

Lo stato commerciale descrive la fase del rapporto con il potenziale cliente.

Classificazione	Uso tipico
Nuovo / da avviare	Il contatto deve essere lavorato.
In lavorazione / richiamo	Il team sta seguendo il contatto o attende il prossimo passo.
Interessato / appuntamento	Esiste un’opportunità o un incontro da seguire.
Preventivo / trattativa	Fase del processo commerciale specifica dell’azienda.
Cliente acquisito / chiuso	Esito finale o rapporto concluso.
Perso / non contattare	Opportunità persa o esclusione dalle comunicazioni, da distinguere con cura.

Le etichette devono essere univoche; fino a 30 stati complessivi e 65 caratteri per etichetta. Le voci di sistema non si eliminano. Le voci personalizzate in uso non si possono cancellare.

LAVORAZIONE

Storico lavorazioni: perché è importante

La cronologia permette a tutto il team di capire cosa è già stato fatto sul prospect.

1 Cosa consultare

Data/ora, autore quando disponibile, esito, note e prossimo richiamo.

2 Prima della chiamata

Leggi l'ultimo esito e verifica se esiste già un appuntamento o una promessa di richiamo.

3 Dopo la chiamata

Controlla che il nuovo evento sia stato registrato e non sia rimasto solo nel campo di testo.

Esempio di nota utile

"Parlato con la responsabile acquisti. Interessata a ricevere il catalogo. Inviare informazioni entro venerdì e richiamare martedì prossimo dopo la verifica interna."

Non correggere lo storico riscrivendo le note di una telefonata precedente se la schermata consente di registrare una nuova attività: è preferibile mantenere la sequenza degli eventi.

ORGANIZZAZIONE

Attività operatori: priorità e carichi di lavoro

Questa schermata aiuta a riprendere i contatti urgenti e a bilanciare l’attività del team.

Richiami scaduti

Contatti con una data di richiamo nel passato.

Richiami di oggi

Attività da completare nella giornata corrente.

Da contattare

Prospect senza un richiamo programmato, secondo i filtri applicati.

- Filtra per periodo, campagna, operatore e tipo di attività quando i filtri sono disponibili.
- Usa “Apri attività” o “Lavora” per passare al contatto senza cercarlo nuovamente.
- Controlla i richiami scaduti ogni mattina e a fine giornata.
- Gli indicatori di carico sono un supporto al coordinamento: interpreta i risultati insieme al contesto della campagna.

CICLO DI RECUPERO

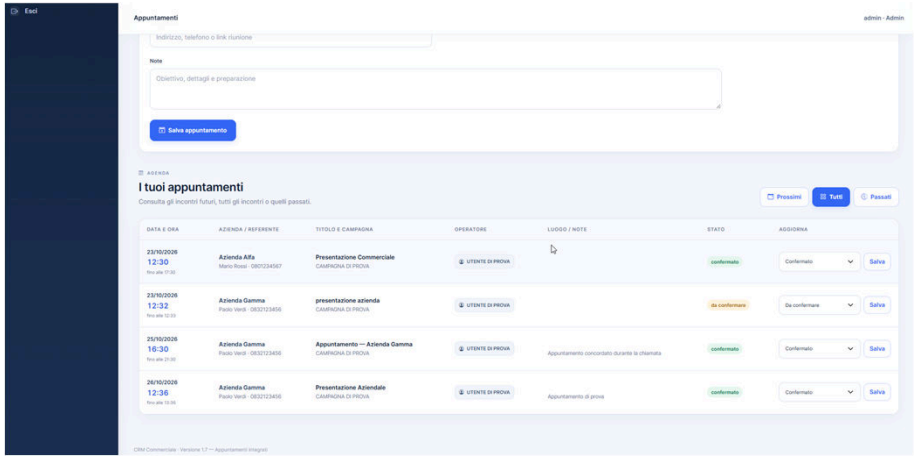
1. Individua i richiami scaduti
2. Assegna il responsabile
3. Lavora il contatto
4. Programma il passo successivo

APPUNTAMENTI

Calendario e gestione appuntamenti

Ogni incontro deve avere una data precisa, un responsabile e informazioni sufficienti per prepararlo.

- **Crea appuntamento:** usa il modulo dedicato e collega azienda, campagna e operatore se richiesto.
- **Definisci data e orario:** verifica inizio/fine e disponibilità del responsabile.
- **Aggiungi luogo o collegamento:** inserisci indirizzo, telefono o link riunione.
- **Scrivi note:** obiettivo dell'incontro, materiali da preparare e questioni aperte.
- **Aggiorna lo stato:** controlla se è da confermare, confermato, svolto o annullato secondo le opzioni presenti.



Quando un appuntamento deriva da una telefonata, assicurati che data, ora e note concordate siano coerenti con quanto registrato nello storico.

COMUNICAZIONI

Configurare l’invio email

La configurazione SMTP va verificata dall’amministratore prima di usare l’invio sui prospect.

Campo	Indicazione operativa
Server (Aruba SSL/TLS)	smtps.aruba.it
Porta	465
Sicurezza	SSL/TLS
Utente SMTP	Indirizzo completo della casella mittente
Indirizzo mittente	Deve corrispondere alla casella autenticata o essere autorizzato dal provider
Password	Inserirla nel pannello protetto; non salvarla in chat o nei pacchetti ZIP

Dopo aver salvato la configurazione, invia una email di prova a una casella controllata e verifica sia la ricezione sia la cartella Spam/Posta indesiderata.

Se la casella è ospitata da un provider diverso da Aruba, utilizza i parametri forniti da quel provider.

COMUNICAZIONI

Inviare un’email a un prospect

Nella versione documentata l’invio è individuale: non è una funzione di invio massivo.

1. **Completa email**
2. **Apri “Scrivi email”**
3. **Scegli modello / testo**
4. **Verifica destinatario**
5. **Invia e verifica esito**

Prima dell’invio

Controlla indirizzo, nome, oggetto e testo; conferma che la comunicazione sia legittima e che non ci sia opposizione.

Dopo l’invio

Controlla l’esito registrato nello storico. L’accettazione SMTP non garantisce da sola la consegna in Inbox.

I contatti marcati “Non contattare” sono bloccati. La semplice presenza di un indirizzo email non equivale automaticamente a un’autorizzazione promozionale.

ANALISI

Report: scegliere il report e il periodo

Usa un report coerente con la domanda a cui vuoi rispondere.

Report	Quando usarlo
Riepilogo commerciale	Volumi e indicatori generali del periodo.
Telefonate e attività	Dettaglio delle attività registrate e relativi esiti.
Appuntamenti	Incontri programmati o svolti e relativo stato.
Elenco prospect	Anagrafiche e campi commerciali disponibili.
Dashboard direzionale	Confronto sintetico per campagna/operatore e indicatori di priorità.

- Imposta prima le date di inizio e fine.
- Seleziona campagna o tutte le campagne in base alla domanda.
- Quando confronti operatori, mantieni lo stesso periodo e lo stesso filtro.
- Leggi sempre insieme quantità assolute e percentuali.

ANALISI

Esportare in CSV o stampare in PDF

I report possono essere condivisi o archiviati per analisi, controllo e riunioni.

CSV

Esporta CSV

- Esporta il report filtrato.
- Apri il file con Excel o un foglio di calcolo.
- Verifica separatori, codifica e date prima di rielaborare.
- Usa il file solo per lo scopo previsto.

PDF

Stampa / Salva PDF

- Premi il comando di stampa nel report.
- Nel browser scegli “Salva come PDF”.
- Controlla orientamento, margini e leggibilità.
- Verifica che il documento non contenga colonne superflue.

Le esportazioni contengono dati commerciali: condividi i file solo con persone autorizzate ed elimina le copie temporanee quando non più necessarie.

Suggerimento per le riunioni: allega sempre il periodo e la campagna usati nei filtri, così il dato resta interpretabile.

PERSONALIZZAZIONE

Personalizzazione aziendale e White-Label

Il pannello permette di adattare l’identità grafica del CRM senza modificare manualmente le pagine.



1 Identità

Logo, nome azienda, nome CRM e sottotitolo.

2 Colori

Colore principale, menu e accento.

3 Footer

Ragione sociale, contatti e link informativi.

Procedura consigliata

- Apri “Personalizzazione aziendale” come amministratore.
- Carica logo e favicon nei formati e limiti consentiti.
- Imposta nomi, colori e testo footer; verifica l’anteprima.
- Salva e controlla schermate principali, login e report stampati.
- Non sovrascrivere i file di configurazione durante aggiornamenti futuri.

OBIETTIVO WHITE-LABEL

Un’installazione per cliente, con identità aziendale propria e dati separati. Una piattaforma condivisa richiede invece isolamento multi-tenant progettato e verificato.

AMMINISTRAZIONE

Eliminazioni controllate: procedere con cautela

Le cancellazioni sono permanenti; usare i controlli di conferma non sostituisce il backup.

1. **Seleziona elemento**
2. **Leggi impatto**
3. **Digita ELIMINA**
4. **Conferma**
5. **Verifica risultato**

! **Record selezionati nel listato**

Seleziona uno o più record, controlla la campagna e verifica il riepilogo di attività e appuntamenti collegati.

! **Clienti, campagne, utenti e appuntamenti**

Leggi l'impatto mostrato prima di confermare; alcuni dati condivisi possono essere conservati o avere i riferimenti aggiornati.

Prima di ogni eliminazione: backup, verifica dell'ambito, approvazione interna se necessaria e controllo dopo l'operazione. Non usare dati reali per test.

USO DA SMARTPHONE

Utilizzare il CRM da smartphone

La visualizzazione si adatta agli schermi piccoli; le operazioni principali restano accessibili.

1

Navigazione

Apri e chiudi il menu laterale, poi scegli la sezione da usare.

2

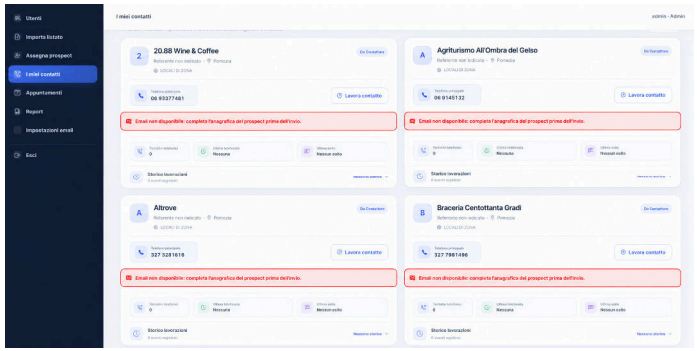
Telefonate

Tocca il numero per avviare la chiamata dal telefono quando è disponibile il collegamento.

3

Moduli e tabelle

Compila i campi con attenzione; usa lo scorrimento interno per tabelle ampie.



- Preferisci connessione stabile per salvare chiamate, email e appuntamenti.
- Controlla la campagna e il nominativo prima di registrare una telefonata.
- Evita di lasciare aperta la sessione su dispositivi condivisi.
- Se la schermata non si aggiorna, ricarica la pagina e verifica lo stato del salvataggio.

ROUTINE OPERATIVA

Checklist giornaliera dell’operatore

Un ciclo semplice mantiene aggiornata la coda di lavoro e riduce le opportunità dimenticate.

01 Inizio giornata

Apri Attività operatori e controlla richiami scaduti e richiami di oggi.

02 Prepara il contatto

Apri la scheda, leggi lo storico e verifica telefono, referente e email.

03 Durante la chiamata

Aggiorna l’anagrafica se emergono informazioni nuove.

04 Al termine

Registra l’esito, note concrete e data del prossimo richiamo se necessario.

05 Appuntamenti

Crea o aggiorna l’incontro con ora, luogo e note.

06 Fine giornata

Controlla attività non registrate e richiami rimasti senza data.

ROUTINE MANAGERIALE

Checklist del responsabile commerciale

La supervisione è più efficace se unisce indicatori quantitativi e controllo della qualità del dato.

AM

Ogni mattina

Controlla richiami scaduti, attività da avviare e prospect non assegnati.

WK

Durante la settimana

Confronta carichi per operatore e campagne; correggi assegnazioni sbilanciate.

PM

A fine periodo

Esporta report omogenei e annota filtri, periodo e definizioni degli indicatori.

Domande di controllo

- Gli interessati hanno un prossimo passo programmato?
- Le chiamate sono registrate con esiti e note utili?
- Gli appuntamenti hanno responsabile, orario e stato aggiornato?
- Le campagne sono confrontate sullo stesso intervallo temporale?
- Il team sta usando gli stati e gli esiti in modo uniforme?

RACCOMANDAZIONE

Non valutare un operatore soltanto sul numero di telefonate. Considera qualità delle note, follow-up, esiti e appuntamenti, insieme al contesto della campagna.

QUALITÀ DEI DATI

Standard minimi per anagrafiche e note

Una base dati uniforme rende più efficaci ricerca, report e follow-up.

A

Anagrafica

Usa un nome azienda riconoscibile; aggiorna referente e recapiti; separa telefono, email e indirizzo; evita duplicati evidenti.

N

Note telefoniche

Scrivi fatti, richieste, scadenze e impegni; usa date concrete; evita sigle interne non condivise con il team.

S

Stati ed esiti

Usa le voci previste; non creare stati ad hoc nelle note; segnala all'amministratore le nuove esigenze di classificazione.

→

Prossimo passo

Ogni opportunità aperta dovrebbe avere un responsabile e un'azione successiva, con data quando possibile.

Se una voce di stato o esito non è adatta al lavoro reale, chiedi una modifica amministrativa invece di usare etichette simili con significati diversi.

SICUREZZA E CONFORMITÀ

Protezione dei dati e comunicazioni

Il CRM contiene dati commerciali e contatti: accessi, invii ed esportazioni devono essere gestiti responsabilmente.

- **Accessi:** account individuali, ruoli minimi necessari e password custodite in modo sicuro.
- **Email:** verifica finalità della comunicazione, base giuridica/consenso applicabile e assenza di opposizione.
- **Non contattare:** rispetta il blocco globale e non riattivare contatti senza la verifica prevista.
- **Esportazioni:** limita le copie CSV/PDF, condividile solo con destinatari autorizzati e proteggi gli archivi.
- **Allegati e credenziali:** non inserire password SMTP in chat, documenti o ZIP di aggiornamento.
- **Retention:** definisci con il responsabile le regole per conservare e cancellare i dati non più necessari.

PRIMA DI INVIARE

- ☐ Destinatario corretto
- ☐ Contenuto e oggetto verificati
- ☐ Autorizzazione/opposizione controllate
- ☐ Mittente aziendale corretto
- ☐ Storico verificato dopo l'invio

Questa sezione è una checklist operativa e non sostituisce la valutazione legale o le policy privacy dell'azienda.

SUPPORTO

Risoluzione dei problemi più comuni

Identifica il sintomo e verifica le cause più probabili prima di intervenire sui file.

Sintomo	Controllo da eseguire
Email non disponibile	Manca l'indirizzo nel record o non è valido: completa l'anagrafica e salva.
SMTP rifiuta il mittente (550)	Controlla che indirizzo mittente e utente SMTP siano coerenti e autorizzati dal provider.
Connessione SMTP non riuscita	Verifica host, porta, TLS/SSL, credenziali e accesso SMTP del piano email.
Nuova voce non visibile	Salva il pannello, ricarica con Ctrl+F5 e verifica ruolo e filtri.
Non puoi eliminare uno stato	Probabilmente è uno stato di sistema o è ancora utilizzato da prospect. Riassegna prima i record.
Salvataggio immagine/config fallisce	Controlla permessi di scrittura e protezione della cartella storage; non rendere pubbliche le impostazioni.

Non condividere screenshot che mostrino password, credenziali o dati personali non necessari.

MANUTENZIONE

Backup e aggiornamenti senza regressioni

Gli aggiornamenti devono essere incrementali: preservare configurazioni, credenziali e dati è prioritario.

01 Backup preventivo

Copia file attuali e database prima di ogni patch.

02 Leggi le istruzioni ZIP

Individua precisamente i file da sostituire e quelli da aggiungere.

03 Non sovrascrivere configurazioni

Preserva config/config.php, .htaccess e file di segreti salvo istruzioni esplicite.

04 Non eseguire installer a caso

Non avviare install.php durante aggiornamenti incrementali.

05 Verifica subito

Login, dashboard, un prospect, una telefonata, appuntamenti, email e report in base alla patch.

06 Conserva la versione stabile

Archivia ZIP verificato, data di installazione ed esito dei test.

GLOSSARIO OPERATIVO

Indicatori: leggere i numeri senza equivoci

Prima di confrontare periodi o persone, assicurati che le definizioni siano coerenti.

Indicatore	Interpretazione operativa
Telefonate registrate	Attività telefoniche salvate nel CRM nel periodo e secondo il filtro selezionato.
Esito interessato	Chiamata/record classificato come interessato secondo esito o classificazione configurata.
Tasso di interesse	Percentuale calcolata sugli eventi considerati dal report: verifica sempre il denominatore mostrato.
Appuntamenti	Incontri associati al periodo; gli stati annullati possono essere esclusi da alcuni conteggi.
Richiamo scaduto	Prossimo contatto programmato con data precedente a oggi e non ancora risolto.
Prospect senza prossimo passo	Contatto che richiede un controllo manuale; interpretare in relazione a stato e processo.

La classificazione di esiti e stati personalizzati può cambiare i conteggi. Documenta le regole quando l’azienda personalizza il processo.

RIEPILOGO

Azioni frequenti: promemoria rapido

Usa questa pagina quando serve ricordare in quale sezione svolgere un’operazione.

Obiettivo	Percorso sintetico
Telefonare a un prospect	I miei contatti → apri scheda → leggi storico → chiama → registra esito.
Aggiungere un’email mancante	I miei contatti → Completa/aggiorna anagrafica → salva → verifica pulsante email.
Assegnare una lista	Assegna prospect → seleziona campagna → operatore → modalità → seleziona record → assegna.
Registrare un appuntamento	Appuntamenti → compila data/ora, azienda, responsabile, luogo e note → salva.
Inviare una email	Scheda prospect → scrivi email → verifica destinatario e autorizzazione → invia → controlla storico.
Analizzare il team	Attività operatori / Dashboard direzionale → filtri coerenti → confronta → esporta se necessario.
Personalizzare il CRM	Personalizzazione aziendale / Esiti chiamata / Stati prospect: accesso amministratore.

Un CRM utile è un CRM aggiornato.

Registra le attività, proteggi i dati, pianifica il prossimo passo e usa gli indicatori per migliorare il lavoro commerciale.

Manuale operativo · CRM Commerciale v2.9.2

Giemme Produzioni • Uso interno e formazione

Grazie