



### Akron Consulting

nasce come società di consulenza aziendale per fornire supporto e servizi alle imprese, nell'ambito dei progetti di cambiamento e revisione dei processi organizzativi e decisionali. L'aspetto fondamentale della filosofia di Akron Consulting è quello di voler garantire, nell'affrontare un progetto ancorché complesso e suddiviso per fasi, una costante visione strategica e globale dei processi decisionali e di gestione dell'azienda.

**Per ulteriori informazioni su Akron Consulting:**

[www.akronconsulting.it](http://www.akronconsulting.it)

### Prodotti e tecnologie

Microsoft Dynamics™ CRM  
Microsoft Dynamics NAV,  
precedentemente definito  
Microsoft® Business Solutions –  
Navision  
Microsoft Excel  
Microsoft SharePoint® Portal  
Server

## Microsoft®

© 2006 Microsoft. Tutti i diritti riservati.  
Questa pubblicazione è puramente informativa.  
Informiamo i gentili Clienti che i contenuti  
di questo documento hanno una valenza  
meramente indicativa, senza pretesa  
d'esclusività o assenza d'imprecisioni.  
Pregiamo i Clienti pertanto di farne oggetto  
d'attenta verifica e analisi.  
Microsoft, Dynamics e SharePoint sono marchi  
registrati di Microsoft Corporation.  
Gli altri marchi registrati citati sono di proprietà  
delle rispettive società.

Microsoft  
Centro Direzionale S. Felice - Pal. A  
Via Rivoltana, 13 - 20090 Segrate (MI)  
Visitateci su Internet [www.microsoft.com/italy/](http://www.microsoft.com/italy/)  
Servizio Clienti 02.70.398.398.  
E-mail: [infoita@microsoft.com](mailto:infoita@microsoft.com)

CHCRMNAV1006

## L'integrazione con gli strumenti direzionali

La seconda fase del progetto, non ancora in fase di esecuzione, prevede invece che la soluzione di CRM venga integrata con il gestionale, in modo che tutte le informazioni, comprese quelle relative alla post-vendita, possano essere fruibili e passibili di analisi e previsioni. Ciò significa che in futuro i report provenienti dal CRM verranno compresi nel Tableau de Bord direzionale, già oggi in uso, che poggia su tecnologia Microsoft SharePoint.

**Oggi gli agenti possono gestire la propria agenda in formato elettronico e integrare le informazioni con la posta personale**, nonché contare su un ambiente "semplificato", a livello di interfaccia utente, unico sia per quanto riguarda l'attività di prevendita che la consultazione anagrafica. In particolare, l'integrazione delle informazioni provenienti da Microsoft Dynamics CRM con la posta è risultato essere uno dei plus evidenziati dalla rete degli agenti, che, spostandosi sul territorio, hanno necessità di avere sotto controllo le informazioni relative ai contratti, e di poterle consultare attraverso PC, palmare, o altro dispositivo.

### I Benefici

#### La direzione generale possiede dati su cui basare indicatori di performance e strategie di marketing

"Ciò che fa emergere SBS Leasing nel mercato, rispetto ad altre aziende della stessa dimensione, è la propensione ad attuare progetti che adottano un approccio di medio periodo", dichiara Andrea Negrini, responsabile Area Consulenza di Akron Consulting. **"Per realizzare la nostra strategia abbiamo fatto affidamento sin da subito sulla tecnologia Microsoft**, che infatti troviamo presente capillarmente. Ed è un cammino che prosegue: basti pensare che la nostra società sta anche lavorando con

la nuova SBS Rent per implementare l'applicativo Microsoft Dynamics NAV, precedentemente definito Microsoft Business Solutions – Navision per tutto quanto riguarda Contabilità Generale, Contabilità Analitica, ciclo attivo e passivo, che in cascata utilizza OutlookSoft come strumento di reporting e analisi. La flessibilità delle soluzioni Microsoft ci consente di costruire soluzioni attorno agli applicativi già esistenti, e di modellare ciò che stiamo implementando: **il CRM di Microsoft, da parte sua è facilmente integrabile, e può costituire la base sopra cui applicare, in futuro, strumenti di Business Intelligence**".

#### Efficienza dei processi, monitoring dell'attività di vendita; il marketing ha la vision complessiva dell'organizzazione

"Diverse sono le motivazioni che ci hanno portato all'adozione di Microsoft Dynamics CRM, e che oggi ci consentono di tracciare un primo bilancio", prosegue il responsabile dell'Area IT e Organizzazione di SBS Leasing. "Cercavamo una soluzione flessibile, e si è dimostrata tale. Avevamo necessità di uno strumento che fosse facilmente adottabile da parte della rete agenziale, e non stiamo riscontrando particolari problemi, pur con le classiche difficoltà legate al cambiamento di mentalità quando si introduce un nuovo software in azienda. Volevamo uno strumento che si integrasse con gli altri applicativi legacy; Microsoft Dynamics CRM lo consente con molta facilità. Un sistema che si consulta in modalità remota, Web-based, da qualunque postazione, è per noi l'ideale".

"Se dovessi definire i tre punti di forza della soluzione Microsoft che abbiamo potuto constatare con mano direi **efficienza, controllo, monitoraggio** del processo di vendita. Microsoft Dynamics CRM ci sta supportando nella normalizzazione dell'attività degli agenti, che non potrà che migliorare", conclude Ferruccio Maccarini.

### Per saperne di più

Per ulteriori informazioni sui prodotti o servizi Microsoft, rivolgetevi al Servizio Clienti (02.70.398.398) o visitate il sito Web: [www.microsoft.com/italy/business/](http://www.microsoft.com/italy/business/)

Per approfondimenti sulle soluzioni Microsoft Dynamics: [www.microsoft.com/italy/dynamics/](http://www.microsoft.com/italy/dynamics/)

Per ulteriori informazioni su SBS Leasing: [www.sbsleasing.it](http://www.sbsleasing.it)

Per approfondimenti sulle testimonianze dei clienti: [www.microsoft.com/italy/casi/](http://www.microsoft.com/italy/casi/)

Ottobre 2006

# I clienti raccontano

## Servizi finanziari

### Customer Relationship Management (CRM)

## SBS Leasing



### Migliorare l'efficienza e il controllo della rete di agenzie, utilizzando Microsoft Dynamics CRM per aumentare l'efficacia e il successo del marketing strategico

La nuova politica commerciale di SBS Leasing punta a ottimizzare il lavoro degli agenti, in modo da monitorare l'andamento dell'intero processo di vendita, e accedere a informazioni attraverso cui costruire report per successive analisi sulla clientela. Nella strategia SBS Leasing la rete di agenzie è il principale punto di contatto con il cliente e il canale a più alto valore di contenuti su cui disegnare strategie di marketing di rapida implementazione.

In collaborazione con



AKRON CONSULTING

## Le Esigenze

### Ripartire dal CRM

Dopo aver definito in modo coerente le linee strategiche aziendali, SBS Leasing si dedica alla modernizzazione della propria rete di agenzie, partendo dal CRM.

SBS Leasing S.p.A., una delle prime società di leasing a esordire sul mercato italiano, nasce a Brescia nel 1978, come progetto di un gruppo di imprenditori vicini al CAB - Credito Agrario Bresciano.

*“Una serie di analisi sui report consentono alla Direzione Generale e ai Capi Area di monitorare e controllare l'attività delle diverse agenzie, persino la produttività del singolo agente, agenzia o area”.*

Ferruccio Maccarini  
Responsabile dell'Area IT  
e Organizzazione, SBS Leasing

La società fa parte del Gruppo Banca Lombarda e Piemontese, frutto dall'aggregazione tra il Credito Agrario Bresciano e la Banca San Paolo, due banche di Brescia di antica storia e profondamente legate al tessuto economico e sociale locale.

**Notevole la dimensione attuale di SBS Leasing:** il

suo network è rappresentato da 43 filiali/agenzie dirette, presenti sull'intero territorio nazionale con 100 agenti e 190 segnalatori convenzionati, e oltre 780 sportelli della rete multibrand del Gruppo Banca Lombarda: Banco di Brescia, Banca Regionale Europea, Banca di Valle Camonica, Banco di San Giorgio, Cassa di Risparmio di Tortona, Banca Lombarda Private Investment, con la propria rete di promotori finanziari. Il prodotto leasing è inoltre intermedio da società partner, quali Silf S.p.A. – la società di credito al consumo del Gruppo Banca Lombarda, Cattolica Investimenti SIM S.p.A. – e Unipol Banca S.p.A. SBS ha uno schema operativo che offre una rete di specialisti, esperti delle singole realtà del territorio, un approccio globale alle diverse esigenze d'investimento, capacità di valutazione, pianificazione e ottimizzazione di ogni progetto imprenditoriale. Si tratta di un modello apprezzato ed efficace, orientato a instaurare un rapporto fiduciario e di partnership con il cliente.

### Riorganizzare la rete di vendita

La strategia ha compreso anche un riassetto organizzativo, che ha preso le mosse dalla rete di vendita, rinnovata nel suo parco applicativo.

Il progetto si inserisce all'interno di un più ampio programma di reingegnerizzazione

dei processi, avviato da SBS Leasing nel 2002, e volto a migliorare le funzioni di controllo interne all'azienda, da cui sono scaturite le quattro strutture attuali: Organizzazione, Pianificazione e Controllo, Risk Management, Audit interno. Le metodologie di CPM (Corporate Performance Management) adottate sono state implementate sulla soluzione OutlookSoft, e nel tempo hanno consentito all'azienda di supportare i processi di planning e controllo, sia strategico sia operativo, per tutte le aree aziendali. La soluzione OutlookSoft ha consentito un approccio a step, sfruttando i passi precedenti nello sviluppo di quelli successivi.

Regolamentati i processi strategici dell'azienda, SBS si è concentrata successivamente sulla sistemazione della propria rete di agenzie, come illustra il responsabile dell'Area IT e Organizzazione, Ferruccio Maccarini: **“La rete delle agenzie è assolutamente centrale per il business di SBS Leasing**, basti pensare che sono 16.000 i contratti stipulati all'anno, e che la forte competizione e la presenza sul territorio portavano gli agenti – tutti in esclusiva, ma non dipendenti – a operare in maniera slegata uno dall'altro, senza che vi fosse una comunione di intenti”.

### Sfruttare il potenziale delle informazioni a disposizione degli agenti

Prima dell'introduzione di un applicativo di CRM, gli agenti, fissi nei punti vendita delle agenzie, svolgevano un lavoro prettamente di back office, senza un adeguato e omogeneo software di supporto: ogni agente era lasciato a sé, nella difficile scelta di una soluzione, e a fronte di alcuni che utilizzavano fogli Microsoft Excel in autonomia, altri lavoravano senza nessun supporto informatico. Questo ha significato per diverso tempo non riuscire a servire adeguatamente la clientela, non poter pianificare campagne marketing coerenti con le esigenze aziendali e con gli obiettivi di business e, ciò che è peggio, non poter sfruttare appieno il potenziale insito nel patrimonio informativo sulla clientela a disposizione del singolo agente. D'altro canto, **l'azienda puntava anche a razionalizzare e a rendere più efficace e produttiva l'attività degli agenti**, cosa che, in assenza di report e tracciabilità dei preventivi, era impossibile.

Sollecitata dal fornitore Akron Consulting, che ha seguito SBS Leasing sin dall'implementazione di OutlookSoft, l'azienda ha eseguito una software selection: la scelta dello strumento è ricaduta su Microsoft

Dynamics CRM, principalmente per la sua **flessibilità, oltre all'ottimo rapporto qualità prezzo**.

## La Soluzione

### Con Microsoft Dynamics CRM le informazioni sul ciclo di vendita diventano strumento di business

**Microsoft Dynamics CRM migliora l'operatività degli agenti**, aiuta a condividere opportunamente e a ottimizzare l'utilizzo delle informazioni relative alla clientela che gli agenti – e la Direzione Generale – possono gestire.

“Se sposiamo l'ottica delle rete agenziale, l'agente è oggi in possesso di uno strumento che gli consente di gestire la preventivazione avendo direttamente on line il tariffario”, spiega Ferruccio Maccarini.

“Potenzialità sino a poco tempo fa non presente: invece una serie di analisi sui report consentono oggi alla Direzione Generale e ai Capi Area di monitorare e controllare l'attività delle diverse agenzie, persino la produttività del singolo agente, agenzia o area. SBS Leasing può così tenere sotto controllo lo storico delle opportunità di business che vengono create quotidianamente, e valutarne il ritorno. Dal punto di vista della Direzione Generale, invece, aver implementato uno strumento con queste potenzialità consente di attuare una più rigorosa politica di comunicazione con la rete di vendita. L'azienda presidia le regole date agli applicativi, e risponde all'esigenza primaria del controllo, per definire con precisione il rating di ogni agente. Microsoft Dynamics CRM costituisce la base da cui estrarre informazioni per arrivare a definire i livelli degli indicatori di performance di ogni singolo agente”. Quella che si è andata costruendo è in pratica la “storia” della rete agenziale, con i suoi contatti, la sua attività, i suoi indicatori di performance: su questo la Direzione Generale potrà innestare successivi ragionamenti in termini di **nuove opportunità di business**.

### Una valenza strategica

Oggi il sistema è monitorato dal primo contatto con il cliente sino a quando l'istruttoria del leasing giunge all'ufficio che si occupa del rischio credito.

L'introduzione di Microsoft Dynamics CRM ha una valenza strategica per l'azienda, in quanto arriva a definire una regola per la produzione di preventivi e la comunicazione in generale effettuata dagli agenti ai clienti. “Grazie alla soluzione di CRM, sia-

mo riusciti a fornire uno 'stile' nuovo al nostro approccio nei confronti di clienti e prospect, e a far crescere gli agenti verso una diversa cultura aziendale”, continua Maccarini. “Questo è stato reso possibile dal buon piano di training e comunicazione che è stato ideato per accompagnare il passaggio alla nuova tecnologia, che ha reso i dipendenti e gli agenti ben disposti a intraprendere un percorso formativo legato alle dinamiche di un CRM”.

Il progetto è stato strutturato in due fasi. Nella prima fase il CRM è stato esteso a tutto il settore della vendita, a partire dalla segnalazione di un potenziale cliente, sino a giungere al preventivo (report di preventivo, invio automatico di e-mail).

Dovendo adattare la soluzione a un particolare tipo di utente – l'agente – con scarsa familiarità verso gli strumenti informatici, **la soluzione è stata tarata in modo da risultare facilmente fruibile**. Il partner ha compiuto una specifica verticalizzazione della fase di preventivazione, che può essere eseguita sia in maniera indipendente – attraverso la compilazione di form – oppure considerata all'interno dell'intero ciclo di preventivazione.

*“Se dovessi definire i tre punti di forza della soluzione Microsoft che abbiamo potuto constatare con mano direi efficienza, controllo, monitoraggio del processo di vendita. Microsoft Dynamics CRM ci sta supportando nella normalizzazione dell'attività degli agenti, che non potrà che migliorare”.*

Ferruccio Maccarini  
Responsabile dell'Area IT  
e Organizzazione, SBS Leasing



## Informazioni generali

### Il Cliente

SBS Leasing fa parte del Gruppo Banca Lombarda e Piemontese, che nasce nel 1998 dall'aggregazione tra il Credito Agrario Bresciano e la Banca San Paolo. Il suo network è rappresentato da 43 filiali/agenzie dirette, presenti sull'intero territorio nazionale con 100 agenti e 190 segnalatori convenzionati, e oltre 780 sportelli della rete multibrand del Gruppo Banca Lombarda.

### Le Esigenze

- Rendere l'attività della rete delle agenzie più efficiente e moderna
- Normalizzare il processo di vendita, con particolare attenzione alla preventivazione
- Fare in modo che le informazioni si possano trasformare in **indicatori di performance** per la Direzione Generale
- **Fidelizzare la clientela**, grazie alla giusta proposta commerciale

### La Soluzione

- SBS Leasing adotta la soluzione **Microsoft Dynamics CRM**
- Gli agenti utilizzano la tecnologia Microsoft in fase di preventivazione, avendo direttamente on line il tariffario
- Gli agenti gestiscono la propria agenda in formato elettronico, integrando le informazioni con la posta personale
- Ambiente “semplificato”, a livello di interfaccia utente, unico sia per quanto riguarda l'attività di preventivazione che la consultazione anagrafica

### I Benefici

- Le informazioni sull'attività di vendita dei singoli agenti costituiscono la base di partenza per report per **monitorare le performance** dei singoli e **migliorare le strategie commerciali**
- Il ciclo di vendita è razionalizzato sulla base degli obiettivi della società
- La soluzione adottata, oltre a essere flessibile, **si integra con gli applicativi legacy** presenti in azienda