

INFORMAZIONI GENERALI SUL PRODOTTO: Sistema Informativo di Marketing

Il Sistema Informativo di Marketing (GIMARK) è uno strumento che permette la gestione dei prodotti e dei clienti. Viene utilizzato a diversi livelli, dall'operatore di sportello, allo Sviluppatore di filiale, al Responsabile marketing, alla Direzione generale...
Nell'ottica aziendale il Gimark ha la caratteristica di rispondere alle immediate esigenze della clientela allo sportello, di aiutare lo sviluppatore di filiale nella gestione dei contatti della propria clientela e di analizzare la propria strategia nel controllo Direzionale e di Marketing.

OBIETTIVI DEL PRODOTTO:

L'obbiettivo di un sistema informativo di marketing è quello di capitalizzare e gestire in ottica di mercato le informazioni presenti all'interno del sistema informativo bancario. Permette inoltre di pianificare e di controllare l'attività commerciale del proprio Istituto, avvalendosi di informazioni sulla propria clientela e sui propri prodotti.
E'naturale dunque porre in relazione stretta il sistema informativo bancario con il sistema informativo di marketing vedendo quest'ultimo come un sottoinsieme particolarmente qualificato in grado di focalizzare l'attenzione sul cliente.
Il cliente non è visto come parte di una massa anonima ed indistinta ma come elemento portante della strategia commerciale e di filiale.

DESCRIZIONE:

Le funzionalità principali del Gimark sono:

- **Gestione Prodotti**

Lo strumento consente di navigare all'interno della base dati prodotti dell'istituto.

- **Gestione Clienti effettivi e potenziali**

Lo strumento consente l'Analisi mirata sulla base dati clienti e gestione del contatto.

- **Gestione Statistiche**

In questa fase è possibile effettuare statistiche di vari livelli consentendo di controllare e analizzare i risultati.

- **Gestione agenda contatti Clienti**

L'agenda racchiude la storicità dei contatti con esiti e osservazioni.

ASPETTI TECNOLOGICI:

L'applicazione è sviluppata in ottica web e consente di effettuare dalla filiale l'interrogazione del database marketing in remoto ed in tempo reale. Tale database viene alimentato come già detto dai sottosistemi ed eventualmente da altre banche dati esterne ed interfacciato verso la periferia tramite un gestore (SQL Server).
Le filiali hanno l'opportunità di inserire dati a completamento delle schede informative dei clienti e le informazioni relative agli eventuali contatti stabiliti.
L'archivio marketing viene in questo modo a recepire in maniera dinamica informazioni dalla periferia che andranno a costituire uno storico che assume nel tempo un valore notevole.
Tale storico da un punto di vista di direzione generale può essere utilizzato come base di partenza per un analisi statistica ai fini ad esempio dell'analisi dei risultati di eventuali campagne o al fine di promuovere particolari segmenti di prodotti.