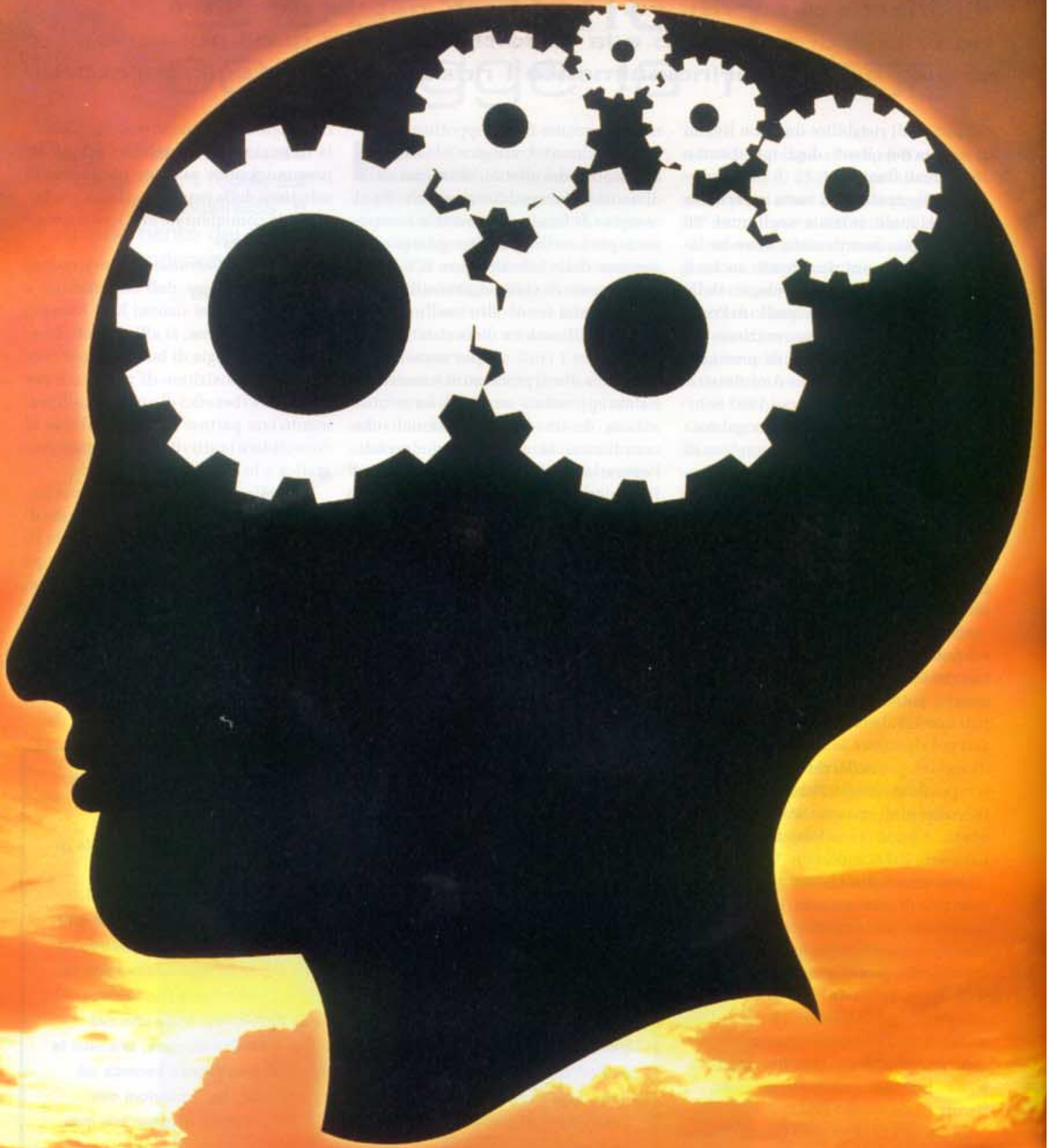


SYSTEM
INTEGRATION



CON IL CICLO ATTIVO

UNA GESTIONE PIÙ EFFICACE

In uno scenario di mercato in cui le pressioni sulla profittabilità delle imprese sono sempre più forti, la gestione efficace ed efficiente del rapporto con il cliente è centrale **Andy Cavallini**

Le aziende hanno bisogno di conoscere meglio il mercato e le esigenze dei clienti e trasformare - in tempo reale - questa maggiore conoscenza in azioni di miglioramento dello sviluppo prodotto, della produzione, della logistica in uscita e del servizio post-vendita. In questo terzo e ultimo articolo sulla System Integration parliamo infatti di Ciclo Attivo.

Iniziamo la nostra disamina con **Marcello Siliano**, Proposal Manager di **Baan Italia** (www.ssa-global.com), che ci introduce al Ciclo Attivo.

«Il cambiamento di approccio produttivo legato all'evoluzione della domanda di mercato ha fortemente influenzato le caratteristiche del Ciclo Attivo. Semplificando gli scenari produttivi aziendali, possiamo parlare di un approccio "to stock" (produzione a magazzino) e di un approccio "to order" (produzione su ordine cliente)».

«Nel primo caso la produzione "to stock" si basa su previsioni di vendita consolidate e sufficientemente prevedibili tanto da permettere di produrre prima ancora che il ciclo commerciale abbia portato in casa gli ordini cliente. Nello scenario "to order" la produzione non viene di fatto attivata o si limita a preassemblati standard fintanto che l'ordine cliente sia stato acquisito ed abbia definito le caratteristiche del prodotto».

«Tra le due modalità di ciclo attivo ci sono sicuramente necessità comuni quali:

- la creazione e la gestione di campagne di marketing mirate, badando non solo ai contenuti erogati durante l'operazione commerciale, bensì anche ad un corretto follow-up che

crei una base dati per le attività future;

- l'elaborazione di forecast dei fabbisogni di mercato operando in ambienti di simulazione che possano adattarsi dinamicamente ai riscontri del mercato;

- una forte capacità di controllo del ciclo di vendita tramite la caratterizzazione del settore di intervento e del potenziale cliente;

- le creazione di un servizio di customer care».

INTEGRARE, INTEGRARE...

Angelo Zucchetti, Direttore Business Unit Solution Integration, **ONE-ANS** (www.one-ans.it), entra nel dettaglio: «La soluzione integrata costituisce un elemento fondamentale per la vita dell'azienda stessa. In particolare, la nostra esperienza ci porta oggi a identificare le seguenti aree "calde":

- gestione dell'interfaccia con i clienti finali (CRM, HelpDesk, SLA);

- gestione della fatturazione e dei servizi finanziari (Billing, Promo);

- mantenimento e garanzia della realizzazione e del buon funzionamento del processo produttivo aziendale (Service Assurance, Service Provisioning e Activation)».

Fabrizio Turconi, Supply Chain Delivery Manager, **TXT E-solutions**, (www.txt.it) non esita: «Le aree aziendali più critiche sono legate ai processi di vendita, quindi Account & Contact Management, Sales Analytics ed in generale l'area Marketing & Sales Services. In particolare nel caso di rivenditori e agenti distribuiti sul territorio è importante la realizzazione di progetti in-

SYSTEM INTEGRATION



Roberto Volontieri,
System Integration
Governance Director
di Atos Origin

formatici per la gestione ed il controllo degli ordini via Web in quanto garantisce una grande flessibilità pur con un controllo on-line (visibilità, approvazione, ...) degli ordini».

RUOLO DELL'ICT E DEL SYSTEM INTEGRATOR

Queste necessità evidenziano il ruolo dell'ICT in generale e della System Integration in particolare, non è così?

Roberto Volontieri, System Integration Governance Director di **Atos Origin** (www.atosorigin.com): «E' indubbio che l'ottimizzazione della catena del valore nel ciclo attivo può essere raggiunta solo attraverso soluzioni ICT che tengano conto dei contesti e degli obiettivi di business della specifica realtà. Il ruolo del System Integrator è determinante e si esplicita nella sua capacità di costruire soluzioni verticali e personalizzate per valorizzare le specificità di ciascuna azienda».

«La difficoltà di misurare concretamente i ritorni di azioni in questo ambito frena spesso gli investimenti: occorre quindi definire degli indicatori di prestazioni (KPI) e degli strumenti semplici ma efficaci per esplicitare e misurare i risultati raggiunti. La fedeltà del cliente (Customer Retention) è sicuramente un indicatore chiave sia per l'aumento del fatturato sia per la riduzione dei costi».

Nell'ambito del Ciclo Attivo, quali sono le tipologie di progetto più significative?

Ci risponde **Gaetano Grosso**, Systems Integration Director, **SchlumbergerSema Geomarket MDG** (www.schlumbergersema.com).

«Le tipologie di progetto più significative sono quelle focalizzate sui temi della distribuzione e della vendita. In questi contesti è infatti richiesta una forte integrazione, tra il mondo della logistica e della fatturazione, con gli aspetti tipici dei processi di vendita».

Massimo Bologna, Direttore Business Consulting di **Delos (Gruppo Getronics)** (www.delos.it) aggiunge: «L'obiettivo è di integrare in un'unica soluzione dati e informazioni provenienti da diverse fonti interne all'azienda. Si pensi ad esempio a una soluzione di Contact Center dove l'operatore deve disporre di tutte le informazioni per soddisfare le richieste dei Clienti: da quelle di tipo marketing/commerciali a quel-

le logistiche, amministrative, fino a quelle sui prodotti/servizi già acquistati».

Simone Marchetti, Product Manager Contact Center di **C.I.T.E.C.** (www.citec.it) annuisce convinto: «Esatto, i progetti a maggiore valore aggiunto sono relativi all'implementazione di strutture di Contact Center multicanale. Abilitare le comunicazioni all'interno dell'azienda e con il mondo esterno aiuta a produrre valore ed ottimizza il ROI».

LA CRITICITÀ DELLA S.I.

Quanto è critica la System Integration?

Fulvio Primatesta, Responsabile Business Development di **Onion** (www.onion.it) non ha dubbi: «Dipende dalla struttura organizzativa del ciclo attivo. Ad esempio, le aziende che hanno un Ciclo Attivo molto corto (tipicamente nel caso di e-Commerce), devono avere un processo fortemente integrato e tempestivo, pena la riduzione di redditività. Allo stesso modo, le aziende che hanno un ciclo attivo allungato (dal marketing profilato alla produzione make-to-order) devono avere una System Integration efficiente ed efficace per poter intervenire sui tempi e sui costi dell'intero processo».

Quali settori di mercato sono più sensibili a questo tema?

Andrea Bergamo, CRM Competence Line Leader, **Met Sogeda** (www.metsogeda.it): «Oltre ai settori come il Bancario, Assicurativo e Farmaceutico che per primi si sono resi consapevoli dell'importanza della System Integration (anche a seguito delle continue fusioni/acquisizioni che tuttora li stanno caratterizzando), esistono oggi ampi domini d'integrazione applicativa nei settori dell'industria metalmeccanica, legno e servizi affini. Questi settori sono caratterizzati spesso da aziende appartenenti al segmento delle PMI localizzate nei distretti industriali».

Massimiliano Riva, Amministratore Delegato e Presidente di **Softpeople Interlem** (www.softpeople.it): «Non c'è dubbio, gli ambiti più critici sono quelli dell'industria ed in particolare il settore Utilities e Oil&Gas, mentre le aree aziendali più esposte sono quelle delle Vendite, del Marketing e della Gestione crediti».

Nell'ambito della System Integration del Ciclo Attivo, quale tipologia di progetto risulta più significativa?

Giovanna Mola, responsabile linea gestionali "Ad Hoc" di **Zucchetti** (www.zucchetti.it): «La tipologia di progetto a maggiore valore aggiunto è rappresentata dal Corporate Portal, che



Simone Marchetti,
Product Manager
Contact Center di
C.I.T.E.C.



Fulvio Primatesta,
Responsabile Business
Development di Onion



Andrea Bergamo,
CRM Competence
Line Leader, Met Sogeda



Massimiliano Riva,
Amministratore
Delegato e Presidente
di **Softpeople Interlem**

permette all'utente di accedere alle informazioni ed alle funzioni di cui ha bisogno nel momento giusto e con le modalità proprie delle sue esigenze e del suo profilo. La realizzazione di Corporate Portal è oggi facilitata dal fatto che si sono definitivamente affermati standard tecnologici estremamente affidabili (XML, SOAP, ecc.) il cui uso tende ragionevolmente a ridurre costi, complessità e rischi di progetto».

I PROGETTI PIÙ SIGNIFICATIVI



Alberto Scalvenzi,
Presidente e
Amministratore
Delegato di **Softpeople
Technologie.net**

Alberto Scalvenzi, Presidente e Amministratore Delegato di **Softpeople Technologie.net** (www.softpeople.it), aggiunge: «I progetti più significativi riguardano la gestione delle opportunità, le vendite, il marketing diretto, il customer care, la conoscenza del cliente, la gestione del cliente».

«La spinta a mantenere e acquisire clienti è di particolare rilevanza in alcuni settori, a causa di loro specificità di mercato:

- Telecomunicazioni: deregulation, competizione, nuovi mercati derivanti da nuove tecnologie;

- Finanza: nuovi servizi, multicanalità;
- Retail: personalizzazione dell'offerta per segmenti di ampiezza sempre più ridotta».

Interviene anche **Laura Oddone**, Project Manager di **Watermark Italy** (www.watermark.it).

«La differenziazione che può essere operata è piuttosto correlata al tipo di prodotto in offerta: la vendita di beni di consumo (quali automobili, motori, componenti di arredamento, ecc.) richiede sicuramente la disponibilità di uno strumento di configurazione del prodotto in grado di definire esattamente ciò che il cliente richiede e a quale prezzo».

«Per altre tipologie di prodotto (quali computer, pneumatici, radio, ecc.) questo aspetto può essere poco significativo, mentre più forte diventa l'interesse per una buona gestione dei Cataloghi e dei Listini Prezzi».

E INTERNET..?

Fernando Masella, Senior Partner, **Reply** (www.reply.it) raccoglie la provocazione.

«Gran parte delle aziende vede una grande utilità nello sfruttare Internet per molte attività verso il cliente; gli obiettivi, in termini di business, sono costituiti da:

- Transizione da prodotto a servizio, con il necessario aumento della componente di ser-

vizio nel processo d'acquisto;

- Fidelizzazione attraverso costruzione attorno al bene di una immagine di marca che lo renda unico e con la conseguente efficace gestione alla fase di post-vendita;

- Cross-selling con la costruzione di pacchetti di vendita alternativi;

- Ottimizzazione del ciclo logistico compreso il transportation management».

«In queste aree il CRM può dare il grosso vantaggio di ridurre i costi di gestione delle attività aziendali per le singole aree».

Come affrontare un progetto di System Integration nel Ciclo Attivo?

Elio Pensato, Project Manager, **H.T. High Technology** (www.h-t.it): «L'approccio da perseguire in progetti come questi è piuttosto classico e prevede il passaggio attraverso una fase di analisi e definizione della soluzione che trova il suo banco di prova in una prima release che viene presentata ad un nucleo ristretto di utenti, e che solo quando è consolidata può essere rilasciata per un utilizzo esteso».

UNISYS, L'ESPERIENZA CONIUGATA CON LE COMPETENZE

Grazie alla consolidata esperienza maturata nell'ambito della Systems Integration, **Unisys** (www.unisys.it) aiuta le aziende a raggiungere i propri obiettivi di business, capitalizzando gli investimenti tecnologici esistenti, riducendo i costi e guadagnando efficienza operativa attraverso l'implementazione di soluzioni best-of-breed, integrate in ambienti legacy.

Unisys combina la profonda conoscenza del mercato con il know-how acquisito in oltre 50 anni di esperienza nel campo della System Integration, integrando le infrastrutture e gli investimenti tecnologici dei propri clienti con le migliori soluzioni presenti sul mercato per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi, a ottenere un reale ritorno sugli investimenti e a disporre della flessibilità necessaria ad adattarsi al cambiamento.

A questi specifici skill si aggiunge l'expertise maturata dall'azienda nel settore della Grande Distribuzione, dei Trasporti, delle Banche e delle Assicurazioni, dei Media, della Pubblica Amministrazione, delle Telecomunicazioni e del Commercio.



Laura Oddone,
Project Manager di
Watermark Italy



Fernando Masella,
Senior Partner, **Reply**

DALL'ENUNCIAZIONE ALLA PRATICA

Testimonianze di progetti
di System Integration

SCHLUMBERGERSEMA

Nel settore manifatturiero e distributivo SchlumbergerSema è stata pioniera - sia nello sviluppo e nella integrazione di sistemi ERP, sia nella loro gestione - con l'offerta **Transformational Outsourcing**. L'esperienza acquisita e maturata in questo ambito di soluzioni e servizi (spesso con una forte componente "Make") ha permesso di allargare il raggio di azione ad altri settori di mercato. Nell'ambito della telefonia mobile, inoltre, è stata maturata una specifica e consolidata esperienza nella realizzazione di sistemi destinati a gestire i processi di vendita attraverso il canale diretto ed indiretto (dealer).

DELOS (GRUPPO GETRONICS)

Fra le esperienze più significative di Delos vi è il progetto per **Art'è**, società nata a Bologna nel 1992 con l'obiettivo di "portare l'arte nelle case degli italiani". Giovane, moderna ed in crescita, la società ha come modello di business la realizzazione e distribuzione di opere d'arte, grafica, scultura e di gioielli a tiratura limitata. Art'è ha voluto dotarsi di un sistema informativo le cui caratteristiche primarie fossero: il "customer front-end" per gestire l'organizzazione delle campagne marketing ed il contatto con i clienti/prospect, attraverso il "customer care e il telemarketing", curando nel contempo gli aspetti del "back-office" aziendale (ERP); la disponibilità di strumenti di business intelligence in grado di fornire al management una visione integrata delle attività di marketing raffrontate con l'andamento del business.

La soluzione di Delos consiste nell'integrazione di tre diverse aree funzionali (Contact Center, Business Intelligence e Sistema ERP) a supporto del "core business" dell'azienda.

ONION

Per quanto riguarda l'integrazione del front-end di e-commerce con l'ERP aziendale ed i sistemi di logistica e trasporti, possiamo ricordare il portale di e-commerce degli accessori auto del gruppo **Volkswagen** in Italia. Questo progetto è anche emblematico dell'approccio per soluzioni, in quanto è stato implementato utilizzando i semi-lavorati della linea **EASY-START**, ed è pervenuto a risultati concreti in un tempo assai più contenuto di un progetto tradizionale. Analogo risultato è stato ottenuto per il sistema di vendita di attrezzature per l'officina da parte di FL Selenia, attraverso il portale di **Blu Officina**.

Per quel che riguarda l'integrazione di sistemi di CRM nel ciclo attivo possiamo ricordare il progetto di **IMAC service** per il gruppo **FIAT**, oppure il progetto di **Help Desk** per **CEDACRI**. In questi casi l'approccio è stato necessariamente articolato ed è stato supportato da un'analisi accurata delle implicazioni da un punto di vista metodologico e organizzativo. Nel secondo caso comunque, a riprova della efficacia dell'approccio per soluzioni, è stato possibile basarsi sui semi-lavorati della linea **Suite.ART**, utilizzata in diversi contesti in ambito bancario e servizi.

CITEC

CITEC vanta forniture di importanti strutture nell'ambito Contact Center per clienti quali **Posteitaliane**, **ENEL**, **Vodafone Omnitel** ed **Enti Previdenziali**.

ATOS ORIGIN

Per **Cameo** - società leader nel settore delle preparazioni alimentari - il progetto di gestione diretta dei magazzini dei clienti della GDO e l'implementazione di una soluzione di Vendor

SYSTEM INTEGRATION

Managed Inventory (VMI) ha portato ad una riduzione complessiva dei costi e dei tempi di riapprovvigionamento con un vantaggio competitivo per sé e per il cliente.

In **Campari** il miglioramento delle prestazioni nel ciclo attivo si è realizzato nella reingegnerizzazione dei processi di gestione ordini e nell'implementazione di una soluzione di CRM per i 200 venditori dell'azienda che copre l'intero ciclo di vendita. I benefici ottenuti sono sia qualitativi - con un miglioramento complessivo dell'integrazione delle informazioni e della conoscenza del cliente - sia quantitativi - con una riduzione sostanziale dei tempi di acquisizione degli ordini.

In **Kuwait Petroleum** la soluzione di **Mobile Sales** ha completamente sostituito le "vecchie" applicazioni e la "carta" con una nuova applicazione integrata che permette all'azienda di avere una visione completa del cliente con uno strumento dalle performance molto elevate.

Per **Manzoni** - concessionaria esclusiva di pubblicità per il gruppo **L'Espresso** e per un gruppo di editori terzi - elemento decisivo di vantaggio competitivo è stata una soluzione web-based che ha efficacemente connesso tutte le agenzie del territorio nazionale ai sistemi di sede, consentendo a tutti gli utenti, ovunque

si trovassero, il controllo del business grazie a strumenti univoci e coerenti.

SOFTPEOPLE TECNOLOGIE.NET

Ha recentemente realizzato per **Hilti** l'automazione della forza vendita su palmare e per la stessa azienda, in partnership con PeopleSoft, una soluzione completa di CRM.

L'esperienza di Tecnologie.net su applicazioni che riguardano il ciclo attivo parte da lontano con la realizzazione per **Omnitel** del noto "190 online" dove un intervento tecnologico sull'architettura ha reso possibile la realizzazione di uno dei primi servizi di massa nel mondo telecom.

SOFTPEOPLE INTERLEM

Uno dei casi di successo in questo settore Interlem lo ha realizzato per **Liquigas**, azienda leader nella distribuzione di GPL. Le forti spinte concorrenziali dei mercati, determinate dall'introduzione di nuovi prodotti/tecnologie, hanno indotto Liquigas a far evolvere i propri sistemi di Business Intelligence verso applicazioni di reportistica, Datawarehousing e GeoMapping, integrate con strumenti per la realizzazione di modelli decisionali e previsionali di Data-Mining, con lo scopo di supportare in maniera consistente e oggettiva le analisi strategiche aziendali.

PRIDE, PER MIGLIORARE IL BUSINESS

Il Gruppo Pride (www.pride.it) offre soluzioni strategiche finalizzate al miglioramento del business. Facendo leva sull'esperienza di System Integration, sulla capacità di sviluppare prodotti e sulle competenze specifiche dei vari settori di mercato, l'offerta del gruppo include un ampio ventaglio di soluzioni: consulenza, realizzazioni di soluzioni chiavi in mano, integrazione di prodotti proprietari o di terze parti, servizi.

La consolidata esperienza di System Integration del Gruppo Pride è basata su un solido bagaglio di competenze, che costituiscono i migliori assets aziendali:

- il rapporto consolidato con i clienti;
- il presidio continuo e aggiornato del mondo ICT;
- la diversificazione delle esperienze nei mercati delle Telecomunicazioni, Manufacturing, Utility, Finance;
- l'utilizzo e lo sviluppo delle tecnologie più innovative, sia per quanto riguarda la progettazione di sistemi software, sia per quanto riguarda l'architettura delle reti e dei sistemi;
- l'appartenenza a organizzazioni internazionali che fissano standard validi soprattutto in ambito industriale quali il TMForum;

- la flessibilità di utilizzo di svariate piattaforme tecnologiche hardware e software.

L'attività di System Integration viene intesa dal Gruppo Pride non come pura e semplice integrazione di sistemi, ma con un concetto allargato, che comprende l'integrazione sia delle risorse software e hardware, sia delle risorse umane e tecnologiche.

I servizi di System Integration comprendono la progettazione e la realizzazione delle applicazioni, ma anche la loro integrazione all'interno dell'infrastruttura dei sistemi informativi esistenti, supportando in tal modo la trasformazione e l'adeguamento dei processi aziendali.



SYSTEM INTEGRATION

ONE-ANS

Principali esperienze di ONE-ANS sono nell'ambito di:

Network Management (**Pirelli Optical System, Cisco Photonics**); Network Inventory, provisioning and Activation (**Fastweb**); Service Assurance (**VodafoneOmnitel, H3G**); Performance Management (**Tiscali**); Activation e Billing (**VodafoneOmnitel**); IOL end to end service Assurance (**Wind**); System and Network Management (**Telecom Italia**); Network Management e Internet Service Management (**Unicredito**); Service Monitoring (**SSB**); EndUser transaction-service Assurance (**Cedacri Nord**); Linux server (**Gruppo Rinascente**).

TXT

Alcune applicazioni di successo di TXT sono legate ai clienti **Snaidero** e **Italcogim** nei settori industria e utilities.

EPSILAN (www.epsilan.it)

Epsilon è la società costituita nel 1988 per rappresentare il system integrator del **Gruppo Algol**. L'Applicazione **Process Total Control**, realizzata da Epsilon per la società **Emolife**, rappresenta un esempio di come sia possibile aumentare la produttività aziendale, dotandosi di uno strumento in grado di coprire tutti i processi aziendali.

La società Emolife, operante nel settore della cardiocirurgia (fornitura materiale e servizi di supporto) aveva manifestato la necessità di dotarsi di uno strumento unico, che fosse in grado di gestire in modo integrato gli aspetti che vanno dalla gestione degli ordini ai fornitori, alla gestione della consegna delle merci presso i diversi magazzini, alle operazioni di carico/scarico legate, agli aspetti di contabilità. Il tutto integrato all'interno di un'unica applicazione web-based che presentasse i requisiti dell'estrema semplicità d'uso. **DM**

CASE HISTORY

TECNET REALIZZA LA NUOVA RETE IP DELLA COLDIRETTI DI BRESCIA

La Coldiretti è la principale Organizzazione Agricola a livello nazionale e tra le prime a livello europeo, con 18 Federazioni regionali, 98 Federazioni provinciali, 765 Uffici di zona e 9.812 sezioni periferiche e oltre 568.000 imprese agricole associate, il 52% di quelle iscritte alle Camere di Commercio. Per i propri associati, Coldiretti svolge un'ampia serie di importanti servizi, quali contabilità, contributi, funzioni di CAF, consulenza sulle legislazioni europee, ufficio legale, assistenza pensionistica: servizi importanti che richiedono strumenti avanzati e sistemi di comunicazione voce-dati efficienti. In Lombardia, Coldiretti ha la sede centrale a Brescia e 14 uffici periferici: per garantire ai propri associati servizi efficienti e puntuali ha adottato una delle prime soluzioni di telefonia IP in Italia. **TECNET** (www.tecnetspa.it), azienda italiana che da anni opera nell'ambito delle reti dati, fonia e networking, ha realizzato il progetto in collaborazione con Nortel Networks, società leader nello sviluppo di sistemi VoIP scalabili, sicuri e competitivi. Con loro, **TECNET** ha elaborato una soluzione innovativa ma assolutamente funzionale e a costi ridotti rispetto a soluzioni tradizionali. Coldiretti aveva necessità di riunire tutte le sedi periferiche dell'associazione in un uni-

co network telefonico territoriale, collegandole alla sede centrale, con l'obiettivo di avere un numero telefonico di ingresso unico in Brescia connesso a tutte le sedi periferiche: di fatto, una grande rete "telefonica" virtuale.

IL PROGETTO

Il progetto si fonda su PABX MERIDIAN 1 di Nortel Networks, opportunamente dimensionato e configurato mentre in periferia sono installati i terminali telefonici IP, collegati direttamente alle LAN locali e ai Router esistenti.

Il MERIDIAN 1 Opzione 11C della sede centrale è equipaggiato con linee proprie ISDN, interni numerici ed analogici, un posto operatore, servizi di voice mail, collegamenti ISDN SO verso dispositivi esterni di messaggistica fax, con l'abilitazione ai servizi IP. Per consentire il trasporto dei servizi MERIDIAN 1 sulla rete IP, su 96 terminali IP locali o remoti, è stata inserita una scheda Internet Telephone Gateway-Line con 24 canali contemporanei per ogni scheda.

Su questa base, Coldiretti ha scelto, per le sue sedi sul territorio con differenti configurazioni (5, 6, 10 utenti per sede) un totale di 80 terminazioni IP su singola scheda. La gestione dell'intero sistema avviene con ap-

plicativi su piattaforma Win/NT.

Il progetto iniziato a fine 2001 è stato completato nel giro di tre mesi. Al termine e dopo un breve periodo di start-up, il Cliente è stato in grado di gestire l'intero sistema in assoluta autonomia grazie all'immediatezza e praticità nell'utilizzo e all'alta qualità e affidabilità delle prestazioni. Questa soluzione è stata gradualmente inserita nella rete già esistente salvaguardando gli investimenti effettuati in precedenza in strutture e tecnologia.

In precedenza, Coldiretti disponeva di una serie di piccoli intercomunicanti dislocati nella periferia e di un centralino in sede, senza alcun coordinamento e con conseguente intasamento delle linee telefoniche, alti costi gestionali, bassa qualità dei servizi erogati, scarsa o nessuna integrazione tra sedi diverse e sede centrale. Con la nuova realtà, Coldiretti dispone di un proprio network per fonia e dati, dove da ogni punto di accesso è possibile dialogare con la sede centrale o con le altre sedi, in modo capillare e con costi decisamente ridotti rispetto al passato. **TECNET** si occupa anche dell'assistenza e dell'evoluzione del progetto e dei servizi, mantenendoli costantemente aggiornati ed efficaci.

a cura della Redazione