

Intranet e Extranet

Dr.ssa Patrizia Garengo

Consulente per il progetto NOW Diana Marketing Online

Intranet e Extranet	1
1. Obiettivi	2
2. Intranet	2
2.1 Cos'è una Intranet	2
2.2 Architetture possibili.....	3
2.3 Differenze tra Intranet e Internet.....	3
2.4 Possibili utilizzi.....	3
2.4.1 Gestione delle informazioni.	4
2.4.2 Erogazione di servizi.....	5
2.4.3 Gestione della documentazione	6
2.4.4 Gestione del lavoro a distanza	7
2.4.5 Gestione del customer care	7
3. Extranet	8
3.1 Cos'è una Extranet.....	8
3.2 Modelli di Extranet	8
3.3 Utilizzi della Extranet	9
3.3.1 Gestione delle informazioni	9
3.3.2 Gestione della documentazione	10
3.3.3 Gestione del lavoro a distanza	11
3.3.4 Servizi e customer care	11
4. Progettazione	12
4.1 Step.....	12
4.2 Alcune cose da tenere presenti.....	13
5. Il caso: Aprilia Consumer Service Spa	14
5.1 Azienda e obiettivi	14
5.2 Situazione.....	14
5.3 Possibili soluzioni:	15
6. Sintesi.....	15
7. Link	16

1. Obiettivi

Gli obiettivi di questa sezione sono quelli di individuare le potenzialità legate all'implementazione di reti Intranet e Extranet.

Nella trattazione dell'argomento sono stati inseriti dei link ad alcune pagine della rete Intranet e Extranet realizzata da Aprilia Consumer Service S.p.a, al fine di fornire degli esempi concreti.

2. Intranet

La diffusione della tecnologia di Internet e l'esigenza di favorire una comunicazione efficiente hanno determinato la nascita di reti interne chiamate Intranet di seguito analizzate con particolare attenzione a:

- Cos'è una Intranet
- Architetture possibili
- Differenze tra Intranet e Internet
- Possibili utilizzi

2.1 Cos'è una Intranet

Intranet è una rete privata volta a favorire il flusso di informazioni interne, sfruttando l'Internetworking ossia la tecnologia e le applicazioni software di Internet: protocolli di trasmissione TCP/IP, Web Server, browser, linguaggio html.

Intranet può essere immaginata come un sito interno riservato ai dipendenti, attraverso il quale è possibile distribuire informazioni, scambiare opinioni, condividere dati e conoscenze, erogare servizi, ecc. In particolare lo sviluppo di una Intranet permette di:

- migliorare la comunicazione aziendale e valorizzare la conoscenza interna con conseguente aumento della produttività e della competitività;
- diminuire i costi e i tempi legati alla comunicazione interna;
- supportare la gestione aziendale e favorire il lavoro di gruppo;
- sfruttare una tecnologia standard e facilmente adattabile al sistema informatico preesistente di qualsiasi azienda.

L'utilizzo di tali reti è molto recente, tuttavia ha già fatto registrare interessanti evoluzioni nella comunicazione interna delle organizzazioni. In particolare si sono sviluppati processi di comunicazione:

- *one to many*: l'organizzazione utilizza la rete per distribuire ai propri dipendenti informazioni e documenti di utilizzo frequente, quali manuali, normative, modulistica, ecc. Tale tipologia di utilizzazione ha caratterizzato le imprese pionieristiche e tuttora rappresenta la prima fase di introduzione di Intranet all'interno delle organizzazioni;
- *many to many*: Intranet viene utilizzata non solo per una semplice distribuzione delle informazioni, ma anche come un ambiente di scambio di conoscenza tra tutti i livelli dell'organizzazione, in modo che le informazioni prodotte da un membro qualsiasi siano disponibili in tempo reale all'intera collettività. Tale forma di comunicazione ha fatto emergere la possibilità non solo di ottenere un maggior flusso di documenti e dati, ma ha anche di far nascere un nuovo modo di lavorare modificando l'intero processo.

2.2 Architetture possibili

Intranet può avere tre diverse architetture, in relazione agli obiettivi perseguiti dall'azienda con l'implementazione di questa rete.

In particolare si può presentare come una rete:

- chiusa e senza accesso a Internet
- connessa a Internet, ma con meccanismi di sicurezza detti firewall che consentano l'accesso solo ai soggetti autorizzati configurata come una rete geografica privata virtuale (VPN, Virtual Private Network) TCP/IP, che connette siti remoti: la rete Internet viene sfruttata per collegare informazioni contenute in server dislocati in diversi punti geografici.

2.3 Differenze tra Intranet e Internet

Pur sfruttando la stessa tecnologia e gli stessi protocolli di trasmissione, Intranet presenta importanti differenze rispetto a Internet:

- *Sicurezza.* Mentre Internet è accessibile a tutti coloro che dispongono di un PC, un modem e un collegamento, Intranet è riservata alle persone autorizzate: generalmente solo i dipendenti aziendali hanno la possibilità di vedere le informazioni contenute. Pertanto se Intranet ha accesso alla rete pubblica Internet è necessario impedire l'intrusione di persone non autorizzate con appositi dispositivi, detti firewall.
- *Velocità di interconnessione.* La velocità di trasmissione dati attraverso Intranet è decisamente superiore a quella ottenibile su Internet, in quanto quest'ultima utilizza delle reti di comunicazione pubbliche, mentre Intranet ha delle linee dedicate o private con un conseguente controllo diretto sulla intensità del traffico e sulla velocità dei nodi della rete.
- *Patrimonio informativo.* Su Internet non esiste nessun controllo sui contenuti pubblicati, mentre sulla rete privata deve essere individuato un responsabile con la funzione di supervisionare quanto viene messo on line.
- *Target di riferimento.* Nell'implementare la Intranet va tenuto presente che i fruitori non sono clienti o potenziali clienti, ma dipendenti dell'azienda che utilizzano la rete per fini lavorativi e generalmente ricercano qualcosa di specifico, che solo l'azienda può fornire. Tale caratteristica da un lato rappresenta un vantaggio, in quanto l'azienda non deve rapportarsi con siti concorrenti, ma dall'altro costituisce un fattore a elevata criticità in quanto l'implementazione di una Intranet inefficiente può provocare rilevanti problemi di comunicazione interna con conseguenti perdite di produttività per l'azienda.
- *Struttura dei documenti.* Intranet è uno strumento di lavoro, per questo può contenere anche documenti con una struttura diversa da quella da utilizzare per Internet, per esempio documentazione di progetti, relazioni, bandi di gare, ecc.
- *Browser di riferimento.* Con la Intranet è possibile conoscere ex ante il browser utilizzato dall'utenza e strutturare le pagine tenendone conto.

2.4 Possibili utilizzi

Le possibilità di utilizzo di una Intranet all'interno di una organizzazione sono molteplici e variano in relazione al tipo di azienda, agli obiettivi prefissati e al livello di informatizzazione interno. L'implementazione di una Intranet impatta su tutta la vita aziendale e in modo particolare su:

- Gestione delle informazioni
- Erogazione di servizi
- Gestione della documentazione
- Gestione del lavoro a distanza
- Gestione del customer care

2.4.1 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI.

L'implementazione di una rete Intranet favorisce il flusso di informazioni all'interno delle organizzazioni, in quanto rende possibile una comunicazione in tempo reale di dati e notizie sull'azienda.

Le informazioni a cui si può accedere tramite Intranet sono di vario tipo:

- *Notizie corporate*: per esempio la storia della società, la mission, la situazione attuale e le prospettive di crescita, espresse attraverso annual report, bilancio aziendale, risultati di vendita, ecc.
- *Struttura*: la struttura dell'azienda, le persone che vi lavorano, le loro posizioni e i loro profili. Possono per esempio essere inseriti organigramma aziendale, curricula, database delle professionalità e disponibilità a spostamenti.
- *Notizie sull'azienda*: le nuove strategie aziendali, i contratti acquisiti, i casi di successo e insuccesso, i nuovi prodotti, una nuova campagna pubblicitaria, eventi interni all'azienda, ecc. Possono per esempio essere messe on line newsletter, circolari interne, rassegna stampa, verbali di riunioni e filmati di eventi aziendali.
- *Clienti*: clienti dell'azienda, evidenziando i maggiori, la loro solvibilità, le condizioni praticate per esempio sconti e termini di pagamento, il volume medio d'acquisto e le persone di riferimento.
- *Prodotti e servizi*: i prodotti offerti, i tempi di consegna, i prezzi praticati, gli sconti quantità, le offerte speciali e promozionali, ecc. Per esempio possono essere messi on line cataloghi, listini, avvisi di promozione, informazioni su problemi legati ad un certo prodotto, sulle garanzie, sul comportamento del consumatore in relazione ad uno specifico prodotto;
- *Informazioni per i dipendenti*: programmi di benefit per dipendenti, posti liberi, piani di formazione, ecc.
- *Analisi della concorrenza*: chi sono i concorrenti, quali sono i loro punti di forza, comparazioni delle caratteristiche dei prodotti dell'azienda con quelli della concorrenza, ricerche di mercato, ecc.
- *Notizie di interesse generale*: novità del settore, convegni e fiere, un'eventuale sezione divertimento con aspetti della vita aziendale ed eventualmente uno spazio 'vendo e compro' per favorire l'utilizzo della Intranet tra i dipendenti.
- *Archivio dell'editoria aziendale*: per esempio tutte le brochure, i libri, le letture consigliate le ricerche realizzate con partner esterni.

La diffusione di informazioni attraverso la rete si traduce in un radicale mutamento della comunicazione interna aziendale. I vantaggi che ne derivano sono numerosi in particolare Intranet:

- *aumenta l'efficienza della comunicazione*: facilita i processi di comunicazione interna, aumenta la velocità di condivisione delle informazioni e rende possibile lo scambio in tempo reale di dati e notizie sull'azienda;
- *facilita la ricerca di informazioni*: permette di avere delle informazioni ordinate per argomento o data di pubblicazione e reperibili facilmente attraverso l'utilizzo di motori di ricerca con un conseguente risparmio di tempo per i dipendenti;
- *facilita la diffusione di informazioni*: le informazioni diventano accessibili a tutti i dipendenti aziendali abilitati ad accedere alla Intranet; anche il personale occupato in sedi periferiche o che non lavora in una sede fissa può accedere alle informazioni contenute nella Intranet purché abilitato e purché la rete sia aperta a Internet ;
- *rinforza l'immagine corporate* attraverso la diffusione di dati e notizie relative all'azienda;
- *crea senso di appartenenza e aumenta la soddisfazione dei dipendenti*: il personale interno dovrebbe non solo aver un supporto dalle informazioni fornite dalla Intranet, ma dovrebbe essere stimolato a interagire fornendo idee, critiche costruttive, consigli, dati utili ai colleghi; Intranet dovrebbe essere percepita come uno spazio a servizio dei dipendenti, dove ognuno può

portare il suo contributo per migliorarne l'efficienza, e dovrebbe far sentire il personale parte di una comunità;

- *facilita l'inserimento di nuovi dipendenti* che grazie alle informazioni disponibili possono inserirsi facilmente in azienda e diventare operativi in tempi brevi;
- *cambia le relazioni interpersonali* che dovrebbero trasformarsi da competitive a collaborative;
- *crea conoscenza* in quanto la gestione efficiente delle informazioni permette di valorizzarle e trasformarle in conoscenze aziendali;
- *facilita la gestione di livelli di informazione diversi*: generalmente in azienda non tutti hanno accesso alle stesse informazioni, esistono dati condivisi da tutta l'organizzazione e altri riservati a una parte del personale, la Intranet permette di gestire efficacemente l'accesso differenziato attraverso l'uso delle password.

2.4.2 EROGAZIONE DI SERVIZI

L'implementazione di una rete Intranet consente di creare nuovi servizi per i dipendenti e di migliorare la qualità dei servizi offerti al fine di aumentare la produttività di chi opera in azienda. La tipologia di servizi che è possibile erogare attraverso la rete è molto vasta in particolare si possono inserire:

- *indirizzi sedi e uffici e indicazioni stradali per raggiungerli*: elenco di indirizzi consultabile on line e sempre aggiornato;
- *numeri telefonici del personale interno*: rubrica disponibile sia in ordine alfabetico sia per ufficio di riferimento, consultabile on line e con la possibilità di stampare l'elenco completo);
- *bacheca online*: comunicazioni di vario tipo sia dell'azienda che del personale per scambiare informazioni e per raccogliere suggerimenti e osservazioni dai dipendenti;
- *newsgroup*: spazi virtuali dove i dipendenti hanno la possibilità di discutere su argomenti di interesse aziendale;
- *formazione*: indicazioni su come usare al meglio la rete, corsi on line come per esempio corsi di aggiornamento, corsi di inglese o di html. È possibile inoltre inserire un glossario dei termini più diffusi all'interno dell'azienda e del settore di riferimento e coinvolgere tutti nel suo costante sviluppo;
- *help online*: indicazioni per la manutenzione delle apparecchiature utilizzate dal personale dipendente come per esempio pc, stampante, telefono o fax;
- *linee guida della comunicazione e della pubblicazione sull'Intranet*: indicazione del format e delle regole da seguire per coloro che pubblicano informazioni sulla Intranet. I dipendenti dovrebbero infatti essere stimolati a intervenire in modo attivo nella rete inserendo dati e notizie utili ai colleghi. La pubblicazione dei documenti deve rispettare i principi dell'Internet Marketing: a tal fine il personale dovrebbe ricevere tutte le indicazioni necessarie per costruire autonomamente i documenti da inserire nella rete.

Va comunque sottolineato che, i contenuti pubblicati sulla Intranet devono essere controllati, ossia è necessario individuare un responsabile interno con il ruolo di supervisore che verifica tutti i documenti prima che questi siano messi on line: forma e contenuti devono essere coerenti con le politiche aziendali;

- *Download dei software e informazioni su Internet*: possibilità per i dipendenti di scaricare software in modo da permettere un veloce e costante aggiornamento, particolarmente utile per gli antivirus. Per le Intranet che hanno accesso a Internet possono anche essere date informazioni sul software freeware che si consiglia di scaricare dalla rete; si possono inoltre inserire browser di navigazione (Netscaper, Microsoft, Opera), editor di html (Arachnofilia, EditPad, MS Front Page), plug-in (Adobe Acrobat, Macromedia, Real, InterVu) ecc.
- *Gestione delle risorse scarse*: indicazioni sulla disponibilità di sale riunioni, auto aziendali, attrezzature, ecc. con possibilità di prenotazione on line.

La gestione di servizi on line determina una serie di vantaggi che impattano positivamente sulla gestione aziendale con conseguente aumento della produttività. I servizi sopra elencati permettono:

- *un miglioramento dell'operatività dei dipendenti*: il personale acquisisce gli strumenti necessari per gestire autonomamente e velocemente una serie di problemi operativi che spesso sono la causa di inutili sprechi di tempo;
- *una gestione più efficiente delle risorse scarse*: è possibile conoscere le risorse utilizzabili e pianificare le attività tenendo conto delle risorse disponibili. Diminuisce inoltre il carico di lavoro del personale addetto ai sistemi informativi che può occuparsi di aspetti legati alla gestione di nuovi servizi;
- *un aumento della professionalità*: grazie alla presenza in rete di corsi e informazioni che permettono di aumentare le conoscenze e le abilità del personale interno;

2.4.3 GESTIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

Spesso le organizzazioni sono costrette a investire risorse nella gestione della documentazione, per permettere che all'interno dell'azienda tutti conoscano dove possono trovare la documentazione necessaria per svolgere le mansioni assegnate. L'implementazione di una Intranet facilita tale gestione grazie alla possibilità di inserire, in modo ordinato, documenti di vario tipo quali:

- *normativa di utilità generale*: leggi sul settore di riferimento, sulla qualità, sulla sicurezza, ecc.
- *manualistica*: procedure, norme di comportamento interno, manuale qualità, e altri manuali interni;
- *template e modelli standard*: copertine per i fax, lettere, ecc. da utilizzare sia nelle comunicazioni interne che con i terzi;
- *modulistica*: per esempio note spese, giustificativi e moduli per proporsi direttamente per le posizioni disponibili all'interno dell'azienda che possono essere interattivi o da stampare e compilare;
- *documentazione tecnica*: manuali specifici del prodotto offerto come per esempio Libretti d'uso e manutenzione, manuali di officina, ecc. Tale documentazione potrebbe essere consultata on line, scaricata e salvata o stampata dall'utente;
- *documentazione di progetti in corso*: strategie, pianificazione, verbali di riunioni, ecc. Tali documenti spesso contengono informazioni strategiche che non tutti devono conoscere e sono pertanto protetti da password.

La gestione della documentazione attraverso la rete determina una serie di vantaggi per l'organizzazione in quanto permette:

- *un veloce aggiornamento della documentazione*: i dati aggiornati una volta messi on line sono immediatamente disponibili a tutto il personale che non deve preoccuparsi di aggiornare la documentazione utilizzata;
- *un risparmio di costi*: la gestione dei documenti in formato elettronico consente un risparmio sia in termini di carta stampata che di personale addetto alla distribuzione e gestione degli aggiornamenti;
- *una diminuzione degli errori*: l'aggiornamento on line fa diminuire l'utilizzo di documentazione non aggiornata in quanto il personale può trovare in rete l'ultima versione;
- *un miglioramento la gestione della documentazione tecnica*: nelle aziende con una vasta gamma di prodotti spesso sono presenti centinaia di manuali relativi ai numerosi modelli proposti, l'utilizzo della rete ne semplifica notevolmente la gestione e l'aggiornamento.

2.4.4 GESTIONE DEL LAVORO A DISTANZA

L'implementazione della Intranet cambia il modo di lavorare all'interno dell'azienda: il personale non solo ha accesso ad un'enorme quantità di dati ordinati, aggiornati e veloci da consultare, ma può interagire in modo nuovo con colleghi che hanno ruoli, conoscenze ed esperienze diverse e che, con la gestione tradizionale della comunicazione, non era possibile coinvolgere. In particolare la gestione del lavoro a distanza rende possibile:

- *il lavoro di gruppo*: possono essere creati degli spazi, ad accesso riservato, all'interno dei quali i membri di un gruppo di lavoro, o di gruppi diversi, possono condividere informazioni, materiali e scambiarsi commenti utili per lo sviluppo di un progetto. Il WWW permette la condivisione di calendari, specifiche di prodotto, materiali di riferimento, verbali, ordini del giorno, iniziative prese, ecc.;
- *il telelavoro*: alcuni dipendenti possono sviluppare la maggior parte del loro lavoro lontano dagli uffici e accedere attraverso la rete a tutte le informazioni come se operassero nella sede centrale.

La gestione del lavoro a distanza permette uno scambio di informazioni sincrono o asincrono che determina importanti vantaggi per l'organizzazione. In particolare consente di:

- *abbattere le barriere di tempo e spazio*: permette una collaborazione interfunzionale o tra membri che operano in luoghi lontani geograficamente ed eventualmente con diversi fusi orari e consente l'interazione tra professionalità eterogenee con conseguente sviluppo di progetti di elevato livello qualitativo;
- *comunicare con la forza vendita*: Intranet può contenere una serie di informazioni che forniscano un supporto alla forza vendita per esempio gli agenti possono utilizzare i dati disponibili sulla rete per rispondere a quesiti dei clienti e inserire nel sito feedback dei consumatori (soddisfazione, aspettative, bisogni, lamentele, ecc). Intranet permette inoltre di consultare informazioni, proposte, presentazioni di prodotti e dell'azienda, relazioni sulle vendite, ecc.

2.4.5 GESTIONE DEL CUSTOMER CARE

La gestione più efficace e efficiente delle informazioni permette un forte sviluppo del customer care e consente di realizzare un servizio qualitativamente più elevato. A tal fine la Intranet può essere strutturata in modo da favorire:

- *la raccolta di feedback dal front office*: impressioni della forza vendita in relazioni ai prodotti offerti, principali esigenze e lamentele dei clienti, commenti degli utilizzatori del prodotto, ecc. La raccolta di tali informazioni deve avvenire in modo strutturato preferibilmente con dei form on line per permettere all'azienda di evitare inutili impieghi di risorse nella digitazione di dati e di disporre di informazioni strutturate e quindi facili da elaborare;
- *la comunicazione diretta e chiara in tutta l'azienda sulle attività che hanno diretto impatto sui clienti*: i dati raccolti possono essere consultati on line dal personale interno autorizzato. Per esempio è possibile accedere al database del reparto vendite e marketing e ricavare dati e statistiche sulle vendite, sui clienti, sui prodotti collocati sul mercato ecc.
- *le transazioni commerciali*: possibilità per la forza vendita di inviare ordini, controllare le giacenze di magazzino, ecc. L'invio di ordini avverrà attraverso la compilazione di appositi form on line.

La gestione del customer care attraverso Intranet si traduce in una serie di vantaggi per l'azienda che impattano direttamente sul servizio offerto al cliente. In particolare lo sviluppo di una Intranet:

- *favorisce una costante innovazione del prodotto* che può essere costantemente migliorato sulle base delle esigenze del cliente;
- *migliora l'efficienza organizzativa*: in particolare la collaborazione on line del front office e la disintermediazione migliorano la gestione del processo diminuendone i costi;

3. Extranet

Seguendo un approccio modulare all'utilizzo delle reti molte aziende, dopo l'implementazione di una Intranet, cercano di estendere anche all'esterno dell'azienda i benefici derivanti da una efficiente gestione delle informazioni coinvolgendo fornitori, clienti e distributori, ossia implementando una rete detta Extranet. Di seguito verrà pertanto analizzato:

- Cos'è una Extranet
- Modelli di Extranet
- Utilizzi di Extranet

3.1 Cos'è una Extranet

Extranet è una rete ad accesso privato che collega l'impresa a unità esterne quali clienti, fornitori, distributori e altri partner per realizzare una gestione efficiente del flusso di informazioni e migliorare i servizi offerti loro. Extranet è un'estensione del concetto di Intranet, il suo stesso nome deriva dalla fusione dei termini Expanded Intranet, in quanto, pur cambiando il target di riferimento, ne utilizza la stessa logica e la stessa tecnologia; quest'ultima infatti rende possibile la connessione di reti locali di diverse aziende facilitandone l'interazione.

In particolare lo sviluppo di una Extranet permette di:

- *ridefinire i processi di comunicazione*: migliora la gestione e la governabilità del flusso di informazioni con clienti, fornitori e distributori;
- *modificare la gestione del processo*: per esempio clienti e fornitori possono inviare preventivi e ordini on line con una conseguente disintermediazione;
- *migliorare le relazioni con i partner commerciali*: diventa possibile per esempio accedere a servizi on line 24 su 24, partecipare alla definizione delle specifiche del prodotto/servizio offerto e inviare costantemente feedback all'azienda facendo proposte e commenti;
- *risparmiare in termini di costo*: dal rapporto costi benefici legati all'introduzione di una Extranet emerge che, a fronte di investimenti iniziali non molto elevati, corrispondono sostanziali incrementi di funzionalità, con costi di gestione minimi;
- *migliorare il servizio offerto*: la riprogettazione delle funzioni di supporto ai clienti permette di offrire un servizio di livello qualitativo notevolmente superiore.

3.2 Modelli di Extranet

L'implementazione di una Extranet può avvenire seguendo diversi modelli che possono essere classificati in tre tipologie:

- *modello ad accesso sicuro*: i clienti, fornitori e distributori autorizzati si collegano direttamente alla Intranet aziendale, ossia la Intranet viene 'aperta all'esterno'. Tale struttura richiede elevati investimenti in sistemi di sicurezza per difendersi contro le intrusioni di soggetti non autorizzati;
- *modello per una applicazione specifica*: viene sviluppata un'applicazione specificatamente per un partner o per un gruppo di partner, tale che gli utenti autorizzati dal sito Extranet possano accedere solo a una parte dei contenuti della Intranet aziendale. Per esempio potrebbe essere sviluppata un'applicazione che permetta ai rivenditori di ordinare articoli e prodotti direttamente attraverso il WEB;

- *modello per il commercio elettronico*: tale modello viene generalmente utilizzato in presenza di transazioni economiche. Per esempio si potrebbe avere un database creato dall'azienda per il canale distributivo. Questo database dovrebbe contenere informazioni che non sono disponibili sulla Intranet, per esempio i listini, i piani di vendita e gli annunci di progetti in via di sviluppo. Tale modello potrebbe anche permettere ai rivenditori di inviare ordini elettronicamente, utilizzando un codice cliente come account di collegamento.

3.3 Utilizzi della Extranet

L'implementazione di una Extranet favorisce una efficiente gestione delle informazioni, facilita la circolazione della conoscenza, la collaborazione e l'interazione. Le applicazioni più diffuse riguardano:

- *Gestione delle informazioni*
- *Gestione della documentazione*
- *Gestione del lavoro a distanza*
- *Servizi e customer care*

3.3.1 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI

L'implementazione di una Extranet favorisce la comunicazione dell'azienda con clienti, fornitori e distributori e la diffusione e il reperimento dei dati di comune interesse. Le informazioni a cui è possibile accedere utilizzando una Extranet sono di vario tipo, e possono in parte coincidere con quelle della Intranet. In quest'ultimo caso non ha senso duplicare tali informazioni, ma è sufficiente una gestione attenta delle autorizzazioni in modo da permettere al pubblico della Extranet di vedere i contenuti della Intranet in modo integrale o parziale. Per esempio le informazioni corporate interessano sia i dipendenti che i partner commerciali, di conseguenza la stessa sezione potrebbe essere visionata sia dal personale interno che da partner esterni all'organizzazione.

Le informazioni generalmente presenti in una extranet sono:

- *notizie corporate*: la storia della società, la mission, la situazione attuale, le prospettive di crescita, ecc.;
- *notizie sull'azienda*: le nuove strategie aziendali, i casi di successo e insuccesso, i nuovi prodotti, eventi a cui l'azienda ha partecipato, riconoscimenti, ecc. Per esempio possono essere inserite le *newsletter* e la rassegna stampa;
- *clienti dell'azienda*: i progetti realizzati, i risultati ottenuti, i loro commenti dei clienti e le interviste rilasciate;
- *prodotti e servizi*: i prodotti offerti, i tempi di consegna, i prezzi praticati, gli sconti quantità, le offerte speciali e promozionali ecc.; queste informazioni possono essere fornite per esempio attraverso l'inserimento di cataloghi, listini e informazioni promozionali;
- *notizie sul settore*: situazione attuale, prospettive di crescita, punti di forza e di debolezza, convegni e fiere, ecc.;
- *informazioni utili per i rivenditori*: andamento delle vendite, consigli su come esporre il prodotto e informazioni tecniche legate al servizio offerto;
- *informazioni pubblicate dai fornitori*: nuovi prodotti o servizi, offerte speciali, ecc.
- *informazioni pubblicate dai clienti/rivenditori*: grado di soddisfazione, migliorie che sarebbe utile apportare al prodotto, nuovi bisogni dell'utente finale, ecc.

Indipendentemente dal modello adottato la gestione delle informazioni attraverso una Extranet permette all'azienda di avere una serie di vantaggi; in particolare consente di:

- *realizzare un'efficiente gestione delle informazioni*: l'utilizzo di tale rete permette infatti di distribuire informazioni in modo veloce, omogeneo e a basso costo. La gestione di dati in formato elettronico infatti consente aggiornamenti in tempo reale senza dover sopportare il costo della carta stampata, oltre a garantire una perfetta omogeneità dell'informazione distribuita: tutti, nello stesso momento, hanno accesso ad un'unica fonte. Se per esempio l'azienda rileva un'anomalia in un prodotto può informare velocemente tutti i distributori che possono ricevere on line indicazioni necessarie per la gestione del problema;
- *rafforzare l'immagine dell'azienda*: la diffusione di notizie sull'azienda ne aumenta la credibilità presso i terzi e ne rafforza l'immagine, soprattutto se tali informazioni sono supportate da commenti positivi dei clienti;
- *facilitare la ricerca di informazioni*: la Extranet può diventare un punto di riferimento per coloro che appartengono a un certo settore e sono partner commerciali di una certa azienda, in quanto può contenere informazioni ordinate e facilmente consultabili non solo sull'azienda ma anche sul settore in generale;
- *migliorare le relazioni con i partner*: il Web permette di personalizzare le informazioni sulla base delle esigenze dei diversi target, per esempio la sezione prodotti potrebbe essere personalizzata in relazione a condizioni eterogenee praticate alla clientela: per esempio per alcuni clienti potrebbero essere inseriti prezzi e tempi di consegna personalizzati;
- *migliorare la gestione del processo*: il contatto diretto con il cliente o distributore permette di raccogliere informazioni indispensabili per migliorare il prodotto o servizio e aumentare il grado di soddisfazione del cliente.

3.3.2 GESTIONE DELLA DOCUMENTAZIONE

Nelle relazioni con clienti, fornitori e distributori le aziende spesso sono costrette a gestire enormi quantità di documenti cartacei con frequenti inefficienze e rilevanti investimenti di risorse. La rete permette un'efficace gestione della documentazione grazie alla possibilità di inserire on line:

moduli: fornitori, clienti e distributori generalmente devono utilizzare dei moduli aziendali predefiniti nei rapporti con l'azienda per esempio moduli d'ordini, richieste di preventivo, richieste di interventi in garanzia e richieste di documentazione o manuali cartacei. Tali moduli possono essere inseriti in formato .pdf e quindi da scaricare e inviare via fax o posta o inseriti come eform, ossia moduli con campi predefiniti da compilare e inviare on line.

cataloghi e manuali d'uso: sono i documenti maggiormente utilizzati all'interno delle Extranet, in quanto permettono a installatori, distributori e clienti di avere un archivio storico dei manuali di tutti i prodotti e di consultare on line o scaricare manuali aggiornati e di facile consultazione

+ link <http://www.serviceaprilia.com/ita/lum/index.stm>)

- *documenti di progetti in corso* in cui sono coinvolti partner esterni. Per esempio potranno essere inseriti documenti che riportano strategie, pianificazione, avanzamento dei lavori, ecc.

Come per la Intranet, la gestione della documentazione attraverso la rete permette di ottenere molteplici vantaggi tra cui:

- *ridurre il time to market dell'informazione tecnica*: i fruitori possono trovare on line tutta la documentazione aggiornata senza dovere attendere la spedizione delle copie cartacee che spesso richiede almeno qualche giorno;
- *aumentare la qualità del servizio offerto diminuendone i costi*: la documentazione digitalizzata permette infatti di risparmiare in termini di costi della carta stampata, di risorse dedicate a spedizione e imputazione dei dati raccolti;

- *ridurre il lavoro dei call center*: la possibilità di inviare richieste di documentazione utilizzando form on line accelera il processo di richiesta di eventuale documentazione e assistenza e evita gli errori legati a richieste non standard, o difficilmente leggibili perché scritte a mano o inviate via fax. Inoltre tutte le richieste vanno archiviate in un database sul quale è possibile fare delle elaborazioni per evidenziare disservizi, inefficienze, ecc. Per esempio se i distributori di una certa zona richiedono ripetutamente copia cartacea di un certo documento l'azienda avrà la possibilità di evidenziare tale anomalia e intervenire per evitare che ciò si ripeta.

3.3.3 GESTIONE DEL LAVORO A DISTANZA

L'implementazione di una Extranet consente di gestire il lavoro a distanza coinvolgendo anche personale esterno all'azienda. In particolare permette *la creazione di team virtuali ossia* possono nascere gruppi di lavoro con partner strategici, relazioni interaziendali per la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, ecc.

La creazione di team virtuali che coinvolgano anche clienti, fornitori e distributori migliora la produttività aziendale in quanto determina:

- *la condivisione di esperienze e la creazione di un clima collaborativo tra azienda, clienti, fornitori e distributori* che operano nello stesso settore con la conseguente creazione di una base di conoscenza comune che facilita le relazioni e diventa fonte di specializzazione e apprendimento
- *un risparmio di tempi e costi*: i membri del team possono visionare in ogni istante il lavoro del gruppo, intervenire, consultare documenti on line rendendo possibile la collaborazione anche tra partner situati in paesi diversi.

3.3.4 SERVIZI E CUSTOMER CARE

La Extranet consente di offrire non solo i servizi tipicamente forniti dalla rete Intranet, con delle variazioni legate al diverso target di riferimento, ma anche una serie di servizi aggiuntivi in quanto coinvolge clienti, fornitori e distributori.

Attraverso la Extranet è possibile:

fornire assistenza tecnica: la rete permette di fornire assistenza on line 24 ore su 24, attraverso l'inserimento di FAQ o meccanismi più complessi. Per esempio esiste un sistema detto Troubleshooting system che consente all'utente di trovare la soluzione ad un problema tecnico interrogando un sistema video. In pratica l'utente inserisce un quesito, il sistema ricerca la risposta in un archivio e genera la soluzione al problema. Se il sistema non è in grado di fornire una risposta l'utente è invitato a formulare una domanda via e mail compilando un apposito form. In questo modo l'azienda potrà fornire una risposta ad hoc e costruire un database utile per individuare i quesiti a cui il sistema non è in grado di fornire una risposta e di conseguenza alimentarlo sulla base dei problemi dell'utenza. L'implementazione di tale sistema non è immediata e può essere preceduta da una fase intermedia che prevede l'inserimento di un elenco dei principali problemi segnalati dagli utenti con l'indicazione delle soluzioni da adottare senza prevedere la possibilità di avere risposte a specifiche domande.

Tale soluzione, se supportata da un modulo di richiesta informazione, permette di

- fornire assistenza on line ai distributori
- *raccogliere dati da utilizzare per implementare applicazioni di troubleshooting*
- *diminuire i costi del call center*
- *fare formazione*: con Extranet si possono distribuire informazioni, dare la possibilità agli utenti di iscriversi via web a corsi aziendali tradizionali, trasferire nel Web corsi di addestramento, distribuire materiale didattico on line sui corsi in aula, ecc.

E' inoltre possibile creare dei newsgroup per favorire la discussione legata a temi tecnici e alla relativa attività di assistenza, filmati per operazioni tecniche di riparazione e montaggio, ecc.

- *contattare direttamente l'ufficio desiderato*: possibilità di trovare on line dei form on line per richiedere interventi del customer service, dell'ufficio tecnico, ecc.

L'assistenza on line offerta attraverso la Extranet modifica radicalmente le relazioni con clienti, fornitori e distributori e consente di avere un feedback immediato e a basso costo. In particolare permette di:

- *migliorare la qualità del servizio offerto*: l'utente può trovare on line la risposta ai suoi problemi in qualsiasi momento, anche quando gli uffici sono chiusi;
- *individuare eventuali aree critiche o problemi legati a uno specifico prodotto*: l'inserimento di form on line che alimentano database permette di raccogliere dati strutturati che possono essere elaborati per individuare e risolvere problemi ricorrenti. Per esempio la segnalazione di anomalie legate ad uno specifico prodotto attraverso un eform strutturato può permettere di individuare eventuali problemi ricorrenti su un prodotto e apportare le modifiche necessarie;
- *diminuire i costi di assistenza*: il call center verrà contattato solo per i problemi la cui soluzione non è presente on line; la possibilità di formulare domande utilizzando dei form on line consente di ridurre i tempi e i costi legati alla trasmissione o formulazione di richieste per esempio fax incompleti o illeggibili, domande formulate in modo non comprensibile, ecc.
- *migliorare la professionalità dei distributori*: l'inserimento on line di corsi per i distributori ne aumenta notevolmente le conoscenze e quindi migliora la qualità del servizio offerto all'utente finale.

4. Progettazione

La progettazione di una rete interna richiede la definizione di attività che in parte coincidono con quelle legate della progettazione di un sito Internet; pertanto verranno qui indicati solo i sette step fondamentali da seguire sottolineando alcuni fattori caratterizzanti le reti interne; alla progettazione di un sito web verranno dedicate in seguito delle specifiche lezioni.

4.1 Step

1. *Definizione della strategia e degli obiettivi di breve e di lungo periodo.*

2. *Definizione della struttura*

È particolarmente importante definire una struttura chiara che permetta di individuare livelli, sottogruppi logici, connessioni trasversali, aree di discussioni specifiche, ecc. Il sito interno è uno strumento di lavoro e come tale deve essere il più chiaro e intuitivo possibile: le difficoltà nel reperire informazioni si traducono in sprechi di tempo per il personale con conseguenti perdite di produttività

3. *Definizione dei contenuti*

Oltre a quanto detto per i siti Internet, nelle reti interne è necessario rafforzare particolarmente l'immagine corporate, per creare un senso di appartenenza del personale coinvolto e stimolarlo a diventare parte attiva della Intranet (o Extranet); dovrebbe perciò essere dato spazio a informazioni sull'azienda (storia, new, ecc.) e agli avvenimenti interni. Come accennato per la definizione della struttura, le reti interne sono utilizzate per fini lavorativi, di conseguenza la grafica e i testi devono

essere semplici e funzionali: l'obiettivo non è catturare l'attenzione del visitatore, ma fornire uno strumento agile e funzionale facile da leggere e realizzare.

4. Definizione delle risorse

La progettazione e l'implementazione della Intranet non può prescindere dalla definizione delle risorse umane, finanziarie e tecnologiche necessarie. L'implementazione di una rete interna non richiede investimenti iniziali elevati, soprattutto se rapportati con i benefici derivanti dalla più efficiente gestione della comunicazione e con i risparmi di risorse legate alle gestione dei documenti cartacei.

5. Promozione del sito

Il sito deve essere adeguatamente promosso all'interno dell'organizzazione al fine di comunicarne l'esistenza e favorirne il suo utilizzo. Il personale deve percepire l'importanza e la portata innovativa del progetto: nessun progetto può svilupparsi se non ne vengono rese note le finalità e l'utilità. Il personale deve partecipare attivamente allo sviluppo del sito sia nella definizione dei contenuti e che della struttura dando indicazioni e suggerimenti utili per realizzare uno strumento che risponda alle reali esigenze del target.

6. Tempi

Come per la costruzione di un sito Internet anche il sito interno richiede un'attenta pianificazione della attività tenendo presente il livello di informatizzazione degli utenti coinvolti. In particolare la pianificazione dell'implementazione di una Extranet non può prescindere dalle conoscenze informatiche e dalle dotazioni hardware di clienti, fornitori e distributori e dai tempi necessari per acquisire le risorse finanziarie ed umane indispensabili per interfacciarsi con l'azienda di riferimento.

7. Continuo sviluppo e monitoraggio

Il continuo monitoraggio e aggiornamento del sito interno non è meno importante di quello del sito esterno. Poiché i dati pubblicati sulla Intranet sono utilizzati quotidianamente dall'azienda, la mancanza di aggiornamento non solo non permette di sfruttare uno dei maggiori punti di forza dell'informazione digitale ma si traduce in errori e inefficienze.

4.2 Alcune cose da tenere presenti

- *La proprietà delle informazioni:* i dati contenuti nella rete sono importanti punti di riferimento per gli utenti è perciò indispensabile individuare uno o più soggetti responsabili dell'aggiornamento e della gestione delle nuove informazioni da inserire: il target non dovrebbe avere la possibilità di pubblicare in modo incontrollato.
- *La definizione di uno standard:* le informazioni pubblicate devono rispettare un certo standard predefinito, indipendentemente dall'autore dell'informazione. A tal fine è necessario fornire al personale tutte le istruzioni necessarie
- *L'implementazione di sistemi di sicurezza:* le informazioni contenute nelle reti interne devono essere protette dall'intrusione di soggetti non autorizzati, a tal fine è necessario introdurre sistemi per criptare e decriptare dati e altri strumenti di sicurezza
- *La formazione del personale:* l'azienda deve fornire un'adeguata formazione ai soggetti coinvolti nell'uso della rete per metterli in grado di utilizzare questo strumento
- *L'integrazione Intranet e Extranet:* se le informazioni da pubblicare sulla Intranet e la Extranet coincidono è necessario non duplicare gli archivi ma gestire in modo attento le autorizzazioni all'accesso dei dati. Nel caso in cui sia necessario si potrà decidere di adottare una grafica diversa in relazione al target da colpire, ma i data base di riferimento non dovranno essere duplicati.

5. Il caso: Aprilia Consumer Service Spa

Nel caso che segue viene presentato uno dei problemi che Aprilia Consumer Service Spa ha dovuto affrontare nell'implementazione delle attuali reti Intranet e Extranet.

5.1 Azienda e obiettivi

Aprilia Consumer Service S.p.A è una società consociata del gruppo Aprilia dipendente direttamente dalla capogruppo Aprilia S.p.A.. E' responsabile della commercializzazione di ricambi e accessori dei veicoli Aprilia e della gestione post vendita. Gli obiettivi principali di Aprilia Consumer Service S.p.A sono quelli di sviluppare la soddisfazione dei clienti e la redditività del post vendita.

5.2 Situazione

L'ufficio Formazione e Documentazione Tecnica di Aprilia Consumer Service S.p.A rileva la difficoltà e talvolta l'incapacità di riprodurre e distribuire documentazione tecnica relativa ai motoveicoli che non sono più in produzione e in vendita. Spesso accade che venga richiesta tale documentazione in quanto:

- un privato acquista un motoveicolo usato e, attraverso la rete commerciale Aprilia, richiede il Libretto di Uso e Manutenzione;
- un nuovo concessionario entra a far parte della rete commerciale Aprilia e necessita della documentazione tecnica necessaria di tutti i motoveicoli della casa per essere in grado di fornire il supporto necessario alla clientela;
- un punto vendita Aprilia richiede la documentazione di un modello perché quello che ha in dotazione oramai è illeggibile o non più consultabile in modo completo.

Quando arriva una richiesta di documentazione si attiva la seguente procedura:

- si controlla che il documento in questione sia presente nel magazzino di Aprilia Consumer Service. Esiste una reale difficoltà a reperire i documenti richiesti, soprattutto se riguardano modelli non più in produzione; e ciò è dovuto al fatto che i fornitori che hanno realizzato la documentazione sono falliti o hanno cambiato sede e perduto o eliminato le matrici originali;
- se è disponibile, esso viene spedito tramite corriere al richiedente;
- se non è disponibile si reperisce in azienda una copia del documento, lo si fotocopizza e lo si invia al richiedente. In questo caso la qualità del documento, soprattutto delle foto e delle figure, è molto scadente e ne rende difficile la consultazione.

Emerge la necessità di migliorare la gestione della documentazione al fine di ridurre gli sprechi di risorse e assicurare un miglior servizio alla rete vendita in modo da fornire il supporto necessario per garantire al cliente finale un adeguato supporto postvendita.

Per raggiungere questo obiettivo a budget sono stati stanziati 10 milioni e uno stagista ha offerto la sua collaborazione.

In Aprilia Consumer Service le postazioni di lavoro sono dotate di un pc ma non abilitate alla connessione Internet e solo chi possiede una connessione a casa è in grado di navigare in Rete. La cultura per questo strumento multimediale è quindi poco sviluppata. All'interno dell'ufficio Formazione e Documentazione Tecnica tutti sanno usare, ad un buon livello, gli applicativi MS Office e alcuni hanno imparato autonomamente ad utilizzare software di grafica. Un solo

dipendente, appassionato di Internet, è in grado scrivere pagine in HTML e si aggiorna su riviste e pubblicazioni su Internet.

5.3 Possibili soluzioni:

Date le seguenti possibili soluzioni individuare la migliore, motivando la scelta e spiegando come la si vuole realizzare (report finale non più lungo di una pagina).

- a. Creare una Extranet che permetta di distribuire la documentazione necessaria all'esterno dell'azienda. L'implementazione di una Intranet potrebbe avvenire in un secondo momento, ossia dopo aver attuato un programma di formazione per il personale interno ad Aprilia Consumer Service.
- b. Creare prima una Intranet e sviluppare solo in un secondo momento una Extranet.
- c. Strutturare un piano di formazione per diffondere la cultura informatica e stimolare la rete vendita a consultare un sito di appassionati per di motociclismo. Tale sito è ricco di consigli tecnici legati alla manutenzione delle moto Aprilia ricavati dall'esperienza di consumatori e installatori. L'utilizzo di questo sito permetterebbe di sopperire alle inefficienze del servizio postvendita di Aprilia Consumer Service: la rete vendita potrebbe ricavare una serie di informazioni dal sito e diminuire le richieste di documentazione ufficiale a Aprilia Consumer Service. La creazione di una Intranet/Extranet potrebbe così essere rimandata a un periodo successivo.
- d. Sostituire la documentazione cartacea con quella in formato digitale, in questo modo, non dovendo più realizzare la documentazione tradizionale si renderebbero disponibili risorse finanziarie e umane da destinare all'implementazione di una Intranet e una Extranet.

6. Sintesi

L'analisi delle reti Intranet e Extranet è importante per

- capire le potenzialità delle reti interne
- riflettere sulle differenze tra le reti interne e Internet
- trarre degli spunti di riflessione sulla possibilità di implementare reti Intranet e/o Extranet all'interno dell'azienda di riferimento

Nella lezione vengono individuate due sezioni una dedicata alla Intranet e una alla Extranet. In ogni sezione è importante comprendere il significato della rete interna considerata, i modelli di implementazione e gli utilizzi possibili (gestione delle informazioni, gestione della documentazione, gestione del lavoro a distanza, erogazione di servizi e customer care).

7. Link

<http://www.open.gov.uk/webguide/wgindex.htm>

La pubblica amministrazione inglese ha creato una guida on line sulle regole operative da seguire per pubblicare su quella specifica Intranet.

<http://www.serviceaprilia.com>

Sito in parte pubblico in parte ad accesso riservato: inserendo la password gli utenti autorizzati possono accedere alla Intranet e alla Extranet Aprilia Consumer Service S.p.A.

Nella parte pubblica

<http://www.serviceaprilia.com/ita/lum/index.stm>

Sono disponibili on line 150 Libretti di Uso e Manutenzione, in più lingue, relativi ai 23 modelli di veicoli Aprilia. Tale sezione rappresenta un archivio storico di tutte le pubblicazioni ufficiali Aprilia a disposizione di tecnici e appassionati.

<http://www.mestierediscrivere.com/testi/intranet.html>

Sito contente alcune indicazioni su come strutturare le informazioni su una Intranet