

L'obiettivo di questo applicativo è fornire una soluzione Web per la gestione del ciclo di offerta di un'azienda.

Il ciclo dell'offerta prevede diverse fasi, che devono essere eseguite per passare da un preventivo di offerta al relativo ordine. Ciascuna fase può essere eseguita da una o più figure professionali aziendali (commerciali, specialisti di prodotto, supervisor, ...), quindi ad ogni utente che utilizza il software, viene assegnata una figura professionale e una login ed una password per accedere al sistema.

Sono di seguito descritte le fasi principali presenti nel ciclo dell'offerta:

1. Inserimento o modifica dei dati in un preventivo di offerta
2. Verifica della plausibilità dei dati precedentemente inseriti
3. Attribuzione dei costi ad un preventivo di offerta
4. Attribuzione dei prezzi ad un preventivo di offerta
5. Consegna di un'offerta ad un cliente
6. Esito di un'offerta da parte del cliente

Il software cerca di guidare l'utente durante le fasi di inserimento dati, effettuando dei controlli sulla plausibilità dei dati inseriti e obbligando l'utente a fornire le informazioni importanti.

Inoltre ogni operazione, eseguita sulla base dati, viene memorizzata in un'apposita tabella di log; questo oltre a fornire uno storico delle operazioni effettuate, fornisce dati per eventuali statistiche (es: il tempo medio, che impiega l'azienda, tra l'inserimento del preventivo alla consegna dello stesso al cliente).

1. Inserimento o modifica dei dati in un preventivo di offerta

Un preventivo può essere creato da un utente avente come figura professionale una tra quelle abilitate per la fase 1. Per rendere più chiara la spiegazione di questa fase e delle successive chiameremo tale figura commerciale.

Per creare un nuovo preventivo è necessario fornire una parte di dati generici (ad esempio il cliente a cui verrà proposto oppure se il preventivo rappresenta una gara oppure no) e i dati di uno o più servizi (utilizziamo la parola servizi anche per indicare prodotti) che fanno parte del preventivo di offerta.

Il sistema obbliga il commerciale a fornire tutte le informazioni necessarie per caratterizzare ogni servizio in modo da rendere agevoli le fasi successive. Solo quando tutti i servizi sono completi il commerciale può terminare tale fase inviando il preventivo a coloro che verificano la plausibilità dei dati inseriti.

● **SEZIONE B Volumi di traffico e Periodicità:**

Volumi

Definizione U.P.: **pagina (facciata)** Definizione componenti U.P. : **pagina (facciata)**

Tot.U.P. per anno: ● Tot.V.Comp.U.P. per anno: ●

Periodicità	Spot	<input type="radio"/>	Giornaliero	<input type="radio"/>	Bisettimanale	<input type="radio"/>
	Settimanale	<input type="radio"/>	Quindicinale	<input type="radio"/>	Mensile	<input type="radio"/>
	Bimestrale	<input type="radio"/>	Trimestrale	<input type="radio"/>	Quadrimestrale	<input type="radio"/>
	Semestrale	<input type="radio"/>	Annuale	<input type="radio"/>	Altro ●	<input checked="" type="radio"/>

Note:

Conferma

2. Verifica della plausibilità dei dati precedentemente inseriti

Durante questa fase vengono controllati i dati inseriti dal commerciale ed eventualmente vengono modificati, infatti è possibile ad esempio inserire nuovi servizi.

Se il preventivo viene ritenuto valido si invia alla fase successiva, altrimenti viene rimandato al commerciale

specificando la motivazione del rifiuto (quindi si riparte dalla fase 1).

3. Attribuzione dei costi ad un preventivo di offerta

Ogni servizio presente in un preventivo deve essere opportunamente integrato con i costi di produzione e con altre informazioni quali ad esempio i dati sul fornitore se questo è esterno all'azienda.

Quando a tutti i servizi sono stati attribuiti i costi è possibile inviare il preventivo di offerta alla fase 4, altrimenti se il preventivo viene ritenuto sbagliato lo si può rimandare al commerciale che l'ha creato motivandone il rifiuto.

SEZIONE L - COSTI:		ARCHIVIAZIONE - CD_LINEA	
numero archiviazione :	<input type="text"/>		
Data (gg/mm/aa):	<input type="text" value="04/12/03"/>	Redattore :	controller
Area di business :	<input type="text" value="nessuna"/>		
Service Unit :	BEM		
Costi Produzione			
1° pagina (facciata)	<input type="text" value="0"/>		
software	<input type="text" value="0"/>		
Totale costo per U.P. (pagina (facciata) con una media di 1 pagina (facciata)) :		<input type="text" value="0"/>	
		Totale costo sw :	<input type="text" value="0"/>

4. Attribuzione dei prezzi ad un preventivo di offerta

Lo scopo di questa fase è quello di attribuire, ad un particolare preventivo di offerta, i prezzi minimi e attesi di ogni servizio. Inoltre è possibile fissare i prezzi finali: se ciò accade il commerciale non può più "decidere" il prezzo finale ma deve presentare l'offerta così com'è. Se a tutti i servizi di un particolare preventivo di offerta vengono attribuiti i prezzi si passa alla fase 5, altrimenti se il preventivo presenta degli errori viene rifiutato, rimandandolo in una fase precedente, in base alla tipologia di errore (esempio se un costo è sbagliato il preventivo verrà rimandato alla fase 3).

