



Moduli formativi - Approfondimento

IL LISTINO PREZZI

Carlo Di Giandomenico

Il percorso formativo

MODULI GENERALI

- 1) *PANORAMICA DELLE NUOVE FUNZIONALITA'*
- 2) LE FUNZIONALITA' DI BASE
- 3) GLI STRUMENTI A SUPPORTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE
- 4) GLI STRUMENTI DI AUSILIO AL DESK
- 5) FUNZIONI DI PIANIFICAZIONE, CONTROLLO E ANALISI DEI DATI
- 6) MODULI AGGIUNTIVI, INFRASTRUTTURA E TECNOLOGIE

APPROFONDIMENTI TEMATICI

- **IL LISTINO PREZZI**
- *IL PLAN ATTIVITA' E L'INTEGRAZIONE CON L'APP*
- IL CONTROLLO ACCESSI
- *LA GESTIONE DEI PROFILI UTENTE*
- I PROGRAMMI DI RACCOLTA PUNTI
- *I PERIODI DI INTERRUZIONE DELLE ATTIVITA' – L'USO DI RECUPERI & VOUCHER*

GIA' SVOLTI
IN CORSO

Dove trovo informazioni e contenuti formativi sulla suite GSP?

- Il nostro [sito WEB](#) e, in particolare, la sezione [La suite GSP](#)
- Su Facebook
 - [GSP Software](#) – pagina pubblica
 - [GSP - Indicazioni e funzionalità](#) – gruppo riservato agli utenti
- Notizie brevi e avvisi tramite il gruppo Whatsapp GSP
- La nuova sezione del nostro sito Internet [GSP – Indicazioni operative](#)
- Ad ogni aggiornamento che rilasciamo, il [CHANGELOG](#)

Premesse di metodo

Questo modulo è dedicato alla creazione del LISTINO PREZZI. Alcune precisazioni:

- ci occupiamo di come massimizzare l'uso di GSP, per ciò che è connesso all'inserimento dei dati relativi ai prodotti e ai servizi che compongono il listino;**
- ci soffermeremo su quelle buone prassi da utilizzare, affinché il risultato presentato dai moduli di analisi e statistiche siano "veritieri" ed effettivamente rappresentativi dell'andamento;**
- renderemo evidenti le connessioni che esistono fra il listino prezzi e gli altri moduli di GSP;**
- NON ci occuperemo di quali prodotti inserire o meno, né della politica di prezzi e sconti da adottare.**

DURATA

Una sessione, da circa 150 minuti (inclusa la parte dedicata a Q&A)

Premesse di metodo

Il nostro focus è sempre lo stesso: conoscere in modo approfondito GSP, per ottenere il massimo risultato possibile durante la fase operativa e quella di analisi dei dati.

Ancora più che in altri contesti, vi suggeriamo di procedere con l'inserimento dei dati in GSP soltanto quando:

- 1) sono note e chiare le regole di utilizzo di GSP;**
- 2) sulla base di queste, è stato già definito il listino prezzi, con tutte le informazioni necessarie.**

Su questo argomento, può essere utile dare una lettura ad un post pubblicato tempo fa, i cui contenuti sono sempre attuali!

[GSP e i programmi per le vacanze](#)



Premesse di metodo

Un inserimento dei dati ragionato e ordinato permetterà di ottenere analisi e statistiche precise e facilmente interpretabili, che siano effettivamente rappresentative dell'andamento delle varie attività.

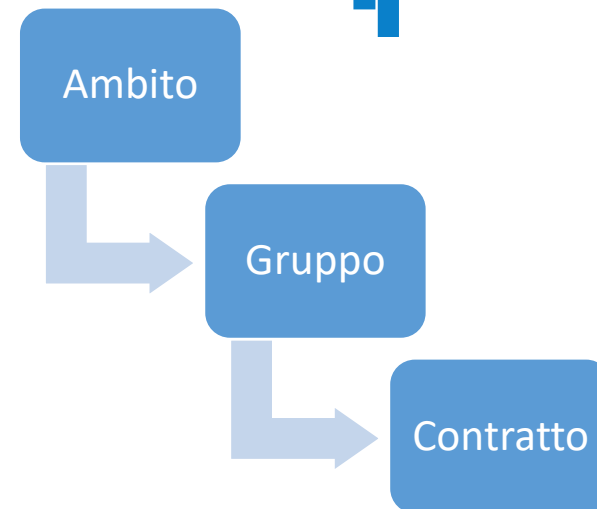
GSP permette di intervenire sull'intera struttura dei dati, che andrà adattata alle specifiche esigenze di ogni singola struttura sportiva.

La gestione del LISTINO PREZZI è dinamica, dato che le esigenze cambiano nel tempo.

Vediamo le caratteristiche principali di questi dati e, in parallelo su GSP, l'uso dei moduli e le relative funzionalità.

La struttura dei dati

Il LISTINO PREZZI è una struttura a TRE livelli:



Questa struttura, se ben calibrata, permette di ottenere insiemi di dati omogenei fra loro.

Le tabelle di base

- **L'AMBITO E IL GRUPPO CONTRATTI**
- **CLASSIFICAZIONE/STATISTICHE**
- **CONTRATTI**
- **GESTIONE SCONTI**

L'AMBITO

Non è un dato obbligatorio; quindi, è da usare soltanto se necessario/opportuno.

Dell'AMBITO faranno parte uno o più GRUPPI di CONTRATTI.

Ad esempio:

A) PALESTRA

B) PISCINA

C) CENTRO ESTETICO

D) AFFITTO CAMPI

E) VENDITA PRODOTTI E ACCESSORI

Oppure:

A) ATTIVITA' ISTITUZIONALE

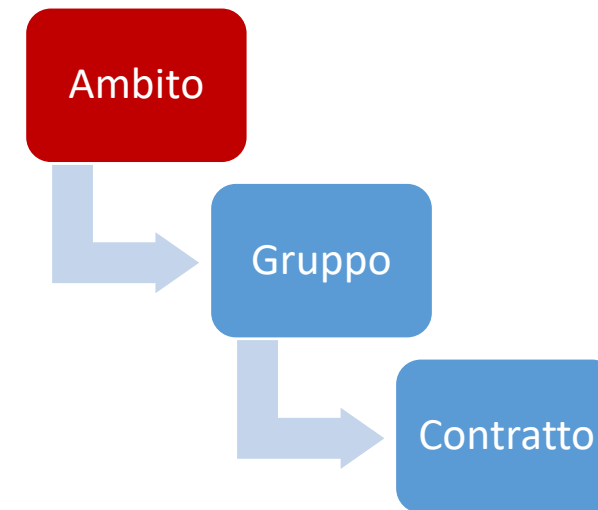
B) ATTIVITA' COMMERCIALE

O, ancora:

A) RAGIONE SOCIALE UNO (ASD)

B) RAGIONE SOCIALE DUE (SSD)

C) RAGIONE SOCIALE TRE (Altra ...)



IL GRUPPO CONTRATTO

E' una **CATEGORIA GENERALE**, un modo per raggruppare **CONTRATTI** affini

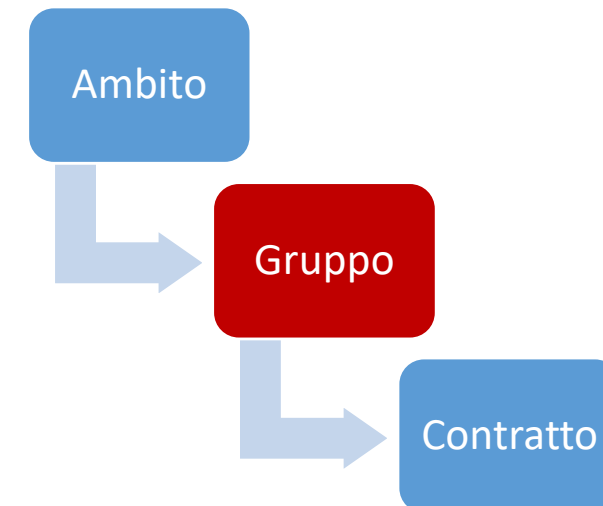
E' il punto di contatto con il **GRUPPO DISCIPLINE (PLAN ATTIVITA')** e il **GRUPPO INCONTRI PIANIFICATI** (per gestire agende - per attività di gruppo o individuali - vincolate ad una specifica situazione contrattuale del cliente)

Ci permette di gestire descrizioni alternative (invece dell'esatta descrizione del contratto) quando si stampa una ricevuta

Ad esempio:

- **FITNESS OPEN**
- **SCUOLA NUOTO**
- **DISCIPLINE OLISTICHE**
- **FITNESS IN ACQUA**
- **ACCESSORI**
- **ISCRIZIONI**
- **SPINNING**
- **CARD/CAUZIONI**

Creo un **GRUPPO** ogni volta in cui ho più prodotti (**CONTRATTI**) affini fra loro



CLASSIFICAZIONE / STATISTICHE

In genere, si utilizza per definire la DURATA di un contratto, a livello statistico

E' importante creare le proprie voci in tabella, in modo da rappresentare **ESATTAMENTE** le caratteristiche dei prodotti presenti nel listino

Ad esempio:

- MENSILE
- TRIMESTRALE
- SEMESTRALE
- ANNUALE
- etc.

Ci permetterà di accorpare i dati sulla base della DURATA, anche a prescindere dall'AMBITO o dal GRUPPO

E' il modo più efficace e rapido per rispondere alla domanda: stiamo vendendo soprattutto prodotti di breve o di lunga durata? Vedi Analisi Assistenti, in particolare.

IL CONTRATTO

E' la tabella che ci permette di creare i singoli prodotti che comporranno il LISTINO PREZZI

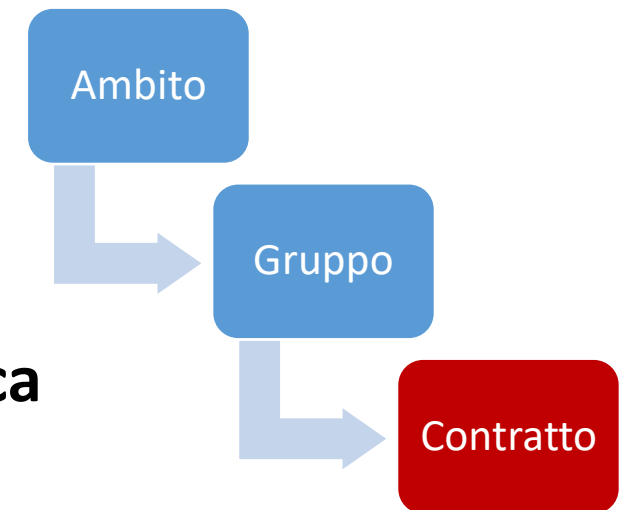
Esistono 4 tipologie di contratti:

ABBONAMENTO

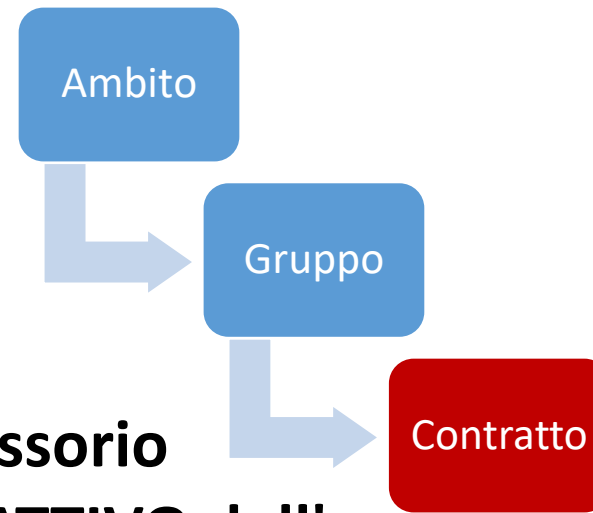
- **E' il classico prodotto a DURATA**
- **Ha effetto sullo stato ATTIVO/NON ATTIVO dell'anagrafica**

SCALARE

- **Pacchetto di INGRESSI o PRESTAZIONI (ad esempio, le sedute personal)**
- **Ha comunque una durata e, quindi, una data di scadenza**
- **Ha effetto sullo stato ATTIVO/NON ATTIVO dell'anagrafica**
- **L'interazione con le prenotazioni e la gestione delle ASSENZE**



IL CONTRATTO



ISCRIZIONE

- E' un prodotto a durata, di tipo accessorio
- Ha effetto sullo stato **ATTIVO/NON ATTIVO** dell'anagrafica
- **NON** viene preso in considerazione dal **CONTROLLO ACCESSI**
- Rientrano in questa categoria le iscrizioni classiche, il noleggio armadietti

VENDITA SPOT

- E' un prodotto "istantaneo" (non ha durata)
- **NON** ha effetto sullo stato **ATTIVO/NON ATTIVO** dell'anagrafica
- **NON** viene preso in considerazione dal **CONTROLLO ACCESSI**
- A differenza di ciò che avviene con le altre tipologie, ammette soltanto il **PAGAMENTO CONTESTUALE** alla vendita (niente pagamenti posticipati)
- Prevede una procedura di vendita semplificata

IL CODICE CONTRATTO

È l'unico dato che non potrà essere modificato successivamente

E' un'informazione fondamentale, perché identificherà il prodotto e in alcuni punti di GSP sarà visibile

Il CODICE deve essere "parlante", cioè deve permettere allo staff di capire esattamente di quale contratto si tratta

Va creata una CODIFICA ragionata, che sia chiara e facile da intendere per tutti

Il CODICE è al servizio dello staff, mentre la DESCRIZIONE è rivolta al cliente

E' composto da un massimo di 14 caratteri, che siano NUMERI o LETTERE

Per migliorare la leggibilità, suggeriamo di inserire le lettere in MAIUSCOLO

IL CODICE CONTRATTO

Alcuni esempi:

12-OPEN -> ANNUALE OPEN FITNESS

6-OPEN -> SEMESTRALE OPEN FITNESS

3-OPEN -> TRIMESTRALE OPEN FITNESS

1-OPEN -> MENSILE OPEN FITNESS

10ING-SPIN -> 10 INGRESSI SPINNING

20ING-SPIN -> 20 INGRESSI SPINNING

1ING-SPIN -> INGRESSO SINGOLO SPINNING

3-KARATE -> TRIMESTRALE KARATE

9-KARATE -> NOVE MESI (O STAGIONALE) KARATE

IL CODICE CONTRATTO

Alcuni esempi:

3-SNB-3V -> TRIMESTRALE SCUOLA NUOTO BIMBI (3 VOLTE A SETTIMANA)

6-SNA-2V -> TRIMESTRALE SCUOLA NUOTO ADULTI (2 VOLTE A SETTIMANA)

30ING-NL -> 30 INGRESSI NUOTO LIBERO

3-FIT-MAT -> TRIMESTRALE FITNESS SOLO MATTINA

12-ISC -> ISCRIZIONE ANNUALE

CAU-CARD -> CAUZIONE CARD

RESO-CARD -> RESO CAUZIONE CARD

GLI ALTRI DATI DA INSERIRE

LA DESCRIZIONE

Fino a 64 caratteri, descrive il prodotto; utilizzate termini chiari e comprensibili, perché viene riportata sulle ricevute di pagamento

Quindi, mentre il codice deve essere chiaro per lo staff, il destinatario della descrizione è l'utente finale

Potrete sempre modificarla successivamente, ogni volta che sarà necessario/opportuno

Creati codice e descrizione, si selezionano il GRUPPO e la CLASSIFICAZIONE

A seguire, vanno inseriti:

- IMPORTO**
- TIPOLOGIA**

GLI ALTRI DATI DA INSERIRE

In base alla scelta della TIPOLOGIA, vanno inseriti anche

- **la durata**
- **il numero di accessi/lezioni**
- **il numero massimo di ingressi a settimana**
- **le regole per l'ingresso (giorno della settimana e fascia oraria)**

Queste regole potranno anche essere personalizzate durante la fase di vendita

Da ricordare: le regole per l'ingresso definite tramite l'utilizzo del PLAN ATTIVITA' (corsi a prenotazione e a iscrizione) e di INCONTRI PIANIFICATI (solo se nella modalità "agganciata" ai contratti) diventano PRIORITARIE rispetto a ciò che risulta dal contratto.

LE MODIFICHE SUCCESSIVE

In generale, le modifiche effettuate sulla tabella di base NON HANNO ALCUN EFFETTO SOSTANZIALE sulle vendite già effettuate

È possibile, però, applicare ai contratti già venduti eventuali variazioni relative alle regole per l'ingresso e, cioè,

- **il numero massimo di ingressi a settimana**
- **il giorno della settimana e la fascia oraria**

utilizzando la funzione AGGIORNA CONTRATTI, disponibile in GSP Manager.

GLI ALTRI DATI DA INSERIRE

FLAG VALIDO e STATI AGGIUNTIVI

L'abilitazione degli SCONTI nelle singole procedure di vendita

Il Programma FIDELITY

L'indicazione della ZONA

LA GESTIONE SCONTI

Le informazioni richieste:

- **CODICE**
- **DESCRIZIONE**
- **GIORNI DI ANTICIPO (>0 per gli sconti da applicare ai rinnovi)**
- **Scelta fra PERCENTUALE o IMPORTO FISSO**
- **Indicazione del valore (% o importo)**
- **Flag ATTIVO**
- **Scelta del processo di vendita durante il quale verrà reso disponibile**

L'opzione SCONTO apparirà soltanto se prevista per il prodotto scelto e per il processo di vendita utilizzato (NUOVO, RINNOVO, INTEGRAZIONE).

LISTINO E PREZZO DI VENDITA

Definito il prezzo di listino per un determinato prodotto, può nascere l'esigenza di modificarlo in fase di vendita; quattro scenari differenti e quattro modalità per operare:

- **UNA MODIFICA TEMPORANEA (O PERMANENTE) DEL PREZZO PREVISTO**
- **UN NUOVO PRODOTTO A LISTINO**
- **L'UTILIZZO DI UN CODICE SCONTO**
- **LA MODIFICA MANUALE DEL PREZZO DI VENDITA**

Metodi diversi che rispondono ad esigenze diverse, ognuno delle quali ha il proprio impatto sulle analisi dei dati.

IL LISTINO PREZZI E LE FUNZIONI DI RICERCA E ANALISI DEI DATI

L'ultima parte di questo modulo è dedicata all'analisi dei dati e all'uso dei vari filtri presenti nei moduli di ricerca:

- **RICERCA ESTESA SOCI**
- **PRIMA NOTA**
- **INGRESSI GIORNALIERI**
- **ANALISI CONTRATTI, PAGAMENTI, SCADENZA RATE**
- **SCADENZE CONTRATTI**
- **ANALISI ASSISTENTI**
- **MANAGER/SPOSTAMENTO DATE DI SCADENZA**

IL LISTINO PREZZI E LE FUNZIONI DI RICERCA E ANALISI DEI DATI

Alcune note sulle relazioni fra i contratti e i vari moduli di GSP

GRUPPO CONTRATTO - GRUPPO DISCIPLINE (PLAN ATTIVITA' E APP)

GRUPPO CONTRATTO - GRUPPO INCONTRI PIANIFICATI (INCONTRI PIANIFICATI)

STATO DEL CONTRATTO E STATO DELL'ANAGRAFICA

Osservazioni & suggerimenti

Prima di procedere con l'inserimento dei dati, è indispensabile aver definito con chiarezza il vostro LISTINO PREZZI; completate, quindi, questo lavoro in tutti i suoi dettagli, PRIMA di implementare GSP

Valutate con attenzione le interazioni con il CONTROLLO ACCESSI

Abbiate BEN CHIARE le relazioni esistenti fra il PLAN ATTIVITA' e i CONTRATTI

In conclusione

- Domande?
- Questa presentazione vi verrà inviata per email
- Seguiranno informazioni sugli altri moduli formativi e di approfondimento

Il percorso formativo

MODULI GENERALI

- 1) *PANORAMICA DELLE NUOVE FUNZIONALITA'*
- 2) LE FUNZIONALITA' DI BASE
- 3) GLI STRUMENTI A SUPPORTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE
- 4) GLI STRUMENTI DI AUSILIO AL DESK
- 5) FUNZIONI DI PIANIFICAZIONE, CONTROLLO E ANALISI DEI DATI
- 6) MODULI AGGIUNTIVI, INFRASTRUTTURA E TECNOLOGIE

APPROFONDIMENTI TEMATICI

- *IL LISTINO PREZZI*
- *IL PLAN ATTIVITA' E L'INTEGRAZIONE CON L'APP*
- IL CONTROLLO ACCESSI
- *LA GESTIONE DEI PROFILI UTENTE*
- I PROGRAMMI DI RACCOLTA PUNTI
- *I PERIODI DI INTERRUZIONE DELLE ATTIVITA' – L'USO DI RECUPERI & VOUCHER*

GIA' SVOLTI

Carlo Di Giandomenico

Mob. **333 1700459**

Email carlo@edilab.it

Skype **carlo_dg11**

Grazie per l'attenzione!