

13.1.1 Concetti fondamentali per la creazione dei report

Premessa: conoscenza della base dati presente in CRM

Prima di iniziare la realizzazione di un report è fondamentale conoscere bene la base dati a disposizione. In caso contrario, si rischia di progettare un report senza sapere se una determinata informazione sia effettivamente presente nel CRM. È inoltre molto importante conoscere con precisione il nome dei campi e il modulo in cui l'informazione è memorizzata, poiché questi aspetti diventano determinanti nella definizione di filtri, aggregazioni e logiche di elaborazione dei dati.

Ad esempio, è rilevante sapere se un filtro viene applicato su un campo di testo libero oppure su un menu a tendina, poiché le modalità di ricerca, raggruppamento e aggregazione dei dati possono essere differenti.

Una buona conoscenza della struttura dei dati consente quindi di progettare report più accurati, evitando successive revisioni dovute alla mancanza o alla non corretta interpretazione delle informazioni disponibili.

Comprensione delle relazioni presenti in CRM

Comprendere la tipologia di relazione tra i moduli è fondamentale durante la creazione dei report, in quanto determina le informazioni che possono essere recuperate dai moduli correlati e il modo in cui queste possono essere aggregate o filtrate.

Le relazioni che possono intercorrere tra i moduli del CRM, ad esempio:

- 1 : N (uno a molti);
- N : 1 (molti a uno);
- N : N (molti a molti).

Qui alcuni esempi di relazione:

1) Relazione N - 1 (N contatti - 1 azienda)

1) Relazione N - 1 (N contatti - 1 azienda)

Nome Azienda: vteuser

In generale, la presenza di un campo relazione all'interno delle tab informative di un record indica che ci troviamo di fronte a una relazione di tipo N : 1. Ad esempio, nel modulo "Contatti", il campo "Nome Azienda" permette di associare più contatti alla stessa azienda. In questo caso, la relazione è di tipo N : 1, poiché molti contatti possono essere collegati a una singola azienda.

2) Relazione 1 - N (1 aziende - N preventivi)

2) Relazione 1 - N (1 aziende - N preventivi)

Nome Azienda: vteuser

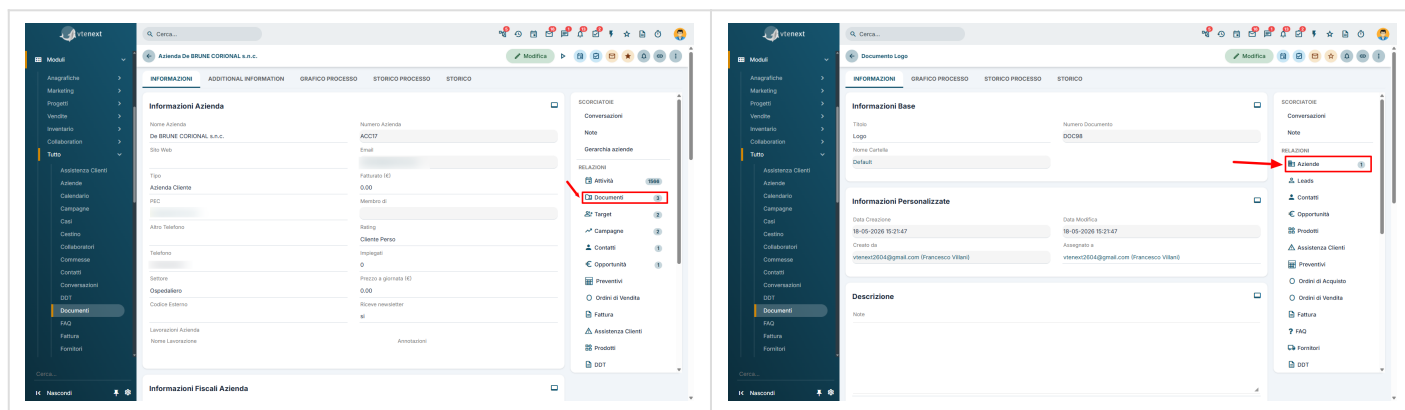
Nome Preventivo: vteuser

Le relazioni visualizzate nel riquadro "Relazioni", presente sulla destra dei tab informativi, indicano invece l'esistenza di un collegamento a molti con il modulo selezionato.

Per determinare se si tratta di una relazione 1 : N oppure N : N, è necessario analizzare il modulo correlato.

Se, all'interno del modulo correlato, è presente un campo relazione che punta direttamente al modulo di partenza, allora la relazione è di tipo 1 : N

3) Relazione N - N (1 azienda - N documenti)



In questo caso, i due moduli sono presenti reciprocamente nel riquadro Relazioni sulla destra. Ciò implica che è possibile associare più documenti alla stessa azienda e, allo stesso tempo, collegare il medesimo documento a più aziende.

La relazione tra i due moduli è quindi di tipo N : N (molti a molti)

Nota: se all'interno degli step di filtro o selezione colonne del wizard viene selezionato un campo appartenente a un modulo che ha una relazione di tipo N : 1 con il modulo principale del report, l'informazione verrà riportata nel report senza aumentare il numero di righe del risultato finale.

Questo comportamento è dovuto al fatto che, per ogni record del modulo principale, esiste un solo record associato nel modulo correlato. Di conseguenza, l'aggiunta di campi provenienti da tale relazione non genera duplicazioni delle righe del report.

Diverso è il caso in cui si selezionino campi appartenenti a un modulo che presenta una relazione a molti con il modulo principale, ad esempio una relazione 1 : N o N : N. In questo scenario, il numero di righe del report potrebbe aumentare, poiché per ogni record del modulo principale possono esistere più record associati.

Come scegliere i campi da aggregare nel TAB Riassuntivo

Il TAB Riassuntivo consente di raggruppare i dati del report in base ai valori presenti in uno o più campi, ottenendo conteggi, somme o altre statistiche.

Affinché un campo abbia senso nel TAB Riassuntivo, è importante che lo stesso valore possa comparire in più record. Solo in questo modo il sistema potrà aggregare i dati e produrre informazioni significative.

Quando un campo è adatto all'aggregazione

Un campo è adatto ad essere utilizzato nel TAB Riassuntivo quando contiene un numero limitato di valori che si ripetono all'interno dei record.

Esempi:

- Stato Opportunità
 - Aperta
 - Vinta
 - Persa
- Regione
 - Lombardia
 - Lazio
 - Veneto
- Assegnatario
 - Mario Rossi
 - Luca Bianchi
 - Anna Verdi
- Settore azienda
 - Metalmeccanico
 - Alimentare
 - Informatica

In tutti questi casi il sistema può raggruppare i record e rispondere a domande come:

- Quante opportunità sono aperte?
- Quante aziende appartengono al settore metalmeccanico?
- Quanti ticket sono assegnati a ciascun tecnico?

L'aggregazione produce quindi informazioni sintetiche e facilmente interpretabili.

Quando un campo non è adatto all'aggregazione

Alcuni campi, invece, contengono valori quasi sempre univoci, cioè diversi per ogni record.

Esempi (da valutare in sede di formulazione report)

- Numero opportunità
- Codice cliente
- Partita IVA
- Codice fiscale
- Numero fattura
- Numero ordine

In questi casi ogni record appartiene normalmente a un gruppo composto da un solo elemento.

Se, ad esempio, si raggruppasse un report per Codice Cliente, il risultato sarebbe una lunga lista di gruppi contenenti quasi sempre un solo record, senza fornire alcuna informazione utile.

L'aggregazione, quindi, non aggiunge valore ma rende semplicemente il report più difficile da leggere.

Regola pratica

Prima di inserire un campo nel TAB Riassuntivo, chiediti:

“Questo valore è condiviso da molti record oppure è diverso per ogni record?”

Se il valore viene condiviso da molti record, il campo è un buon candidato per l'aggregazione.

Se invece il valore identifica un singolo record (ad esempio un codice, un numero progressivo o un identificativo univoco), è preferibile utilizzarlo come semplice colonna del report e non come campo di raggruppamento.

Eccezioni

Esistono casi in cui un campo normalmente univoco può comunque essere utilizzato per l'aggregazione.

Ad esempio, in un report sulle righe di fattura, il nome dell'azienda può comparire più volte perché la stessa azienda ha acquistato più prodotti.

In questo caso, raggruppare per Azienda permette di ottenere informazioni utili, come:

- totale fatturato per cliente;
- quantità di prodotti acquistati da ciascun cliente;
- numero di ordini per cliente.

Per questo motivo la scelta dei campi da aggregare dipende sempre dalla struttura dei dati presenti nel report e non soltanto dal tipo di campo.

Attenzione: l'aggregazione dei dati **non è case sensitive**.

Questo significa che il sistema considera uguali due valori che differiscono esclusivamente per la capitalizzazione delle lettere. Ad esempio, i valori "vtenext" e "VteNext" verranno interpretati come lo stesso valore durante l'aggregazione e saranno quindi raggruppati insieme. È importante tenere presente questo comportamento quando si aggregano campi di testo, poiché record che presentano lo stesso contenuto ma con maiuscole e minuscole differenti verranno considerati appartenenti allo stesso gruppo.