



SMALL CRM

Gestione commerciale per PMI

Manuale d'uso del template Excel

Dal primo contatto all'ordine, senza perdere per strada né i clienti né le date.

Voce	Contenuto
Autore	Marco Baldoni
Società	Strategica SRL
Contatto	mbaldonistrategica@gmail.com
Sito	strategicasrl.com
File descritti	CRM_PMI.xlsx · CRM_PMI_Strumenti.xlsx · CRM_PMI_Strumenti.bas
Versione	1.0
Data	agosto 2026
Requisiti	Excel 2016 o successivo (consigliato Microsoft 365). Per le macro: Excel per Windows o Mac, versione desktop.

Indice

Capitolo	Pagina
1. A che cosa serve	3
2. Come sono organizzati i dati	4
3. Il processo commerciale	5
4. Il lavoro di ogni giorno, in otto passi	7
5. I quattordici fogli, uno per uno	9
6. Adattare il CRM alla propria azienda	10
7. Date e allarmi: il motore del CRM	11
8. Le macro: installazione e uso	12
9. Il file condiviso	13
10. Controlli e quadrature	14
11. Che cosa questo file non fa	15
12. Avviamento: la prima ora	16

1. A che cosa serve

1.1 Il problema

In una PMI le trattative si perdono raramente per il prezzo. Si perdono perché nessuno ha richiamato, perché l'offerta è rimasta in un cassetto, perché il referente è cambiato e nessuno se n'è accorto, perché il commerciale che seguiva quel cliente è andato in ferie e con lui sono andate in ferie anche le informazioni. Il classico foglio Excel con l'elenco dei clienti non risolve niente di tutto questo: elenca, non traina.

I CRM commerciali risolvono il problema, ma costano un canone per utente, richiedono un progetto di avviamento e chiedono all'azienda di adattarsi al loro modo di ragionare. Per un'azienda con tre commerciali e sessanta trattative aperte è spesso una risposta sovradimensionata.

1.2 Che cosa fa questo template

Small CRM è la via di mezzo: un file Excel costruito con le stesse logiche di un CRM commerciale — anagrafiche separate, pipeline a stadi, probabilità, attività con scadenza, storico delle chiusure con il motivo — ma leggero abbastanza da essere adottato in un pomeriggio e da restare comprensibile a chi lo usa.

Le cose che fa davvero, in ordine di importanza:

- Tiene separate le trattative vive da quelle concluse, così la tabella operativa resta corta e leggibile.
- Obbliga a dichiarare qual è la prossima azione e quando: senza quella, la trattativa compare come «AZIONE MANCANTE».
- Segnala da solo le trattative scadute, quelle in scadenza e quelle ferme da troppo tempo nello stesso stadio.
- Calcola la pipeline ponderata per probabilità e la confronta con il budget del venditore.
- Registra perché si è perso, e permette di scoprire che si perde sempre per lo stesso motivo.
- Standardizza i dati con anagrafiche a tendina, lasciando però sempre la voce «Altro» e colonne di note libere.

1.3 I tre file

File	A che cosa serve
CRM_PMI.xlsx	Il CRM vero e proprio. È un .xlsx senza macro, apposta: così più persone possono scriverci contemporaneamente su OneDrive, SharePoint o Teams.
CRM_PMI_Strumenti.xlsx	Il file compagno che ospita le macro. Va convertito in .xlsm una volta sola, seguendo le istruzioni del capitolo 8.
CRM_PMI_Strumenti.bas	Il modulo di codice VBA da importare nel file strumenti. Contiene le undici macro.

Perché due file e non uno solo

Un file con macro (.xlsm) non supporta la co-redazione: se lo mettete su OneDrive, lo apre una persona alla volta in scrittura e gli altri in sola lettura. Tenendo i dati in un .xlsx e le macro in un file separato si ottengono entrambe le cose: più persone che scrivono insieme, e le automazioni per chi le vuole. Chi preferisce un file unico può copiare le tabelle in un .xlsm e importarci il modulo: funziona, ma rinuncia alla scrittura simultanea.

2. Come sono organizzati i dati

Il CRM è costruito su sette tabelle Excel vere e proprie (non semplici intervalli di celle) più un blocco di anagrafiche di supporto. Le tabelle si chiamano per nome, e le formule usano i riferimenti strutturati: quando aggiungi una riga in fondo, tutti i riepiloghi la comprendono automaticamente, senza toccare nessuna formula.

2.1 Le sette tabelle

Tabella (foglio)	Che cosa contiene	Chiave
tbl_Aziende (Aziende)	Una riga per azienda, cliente o potenziale cliente.	ID_Azienda AZ-0000
tbl_Contatti (Contatti)	Una riga per persona. Un'azienda può avere più referenti.	ID_Contatto CT-0000
tbl_Opp (Opportunita)	Le trattative APERTE. È la tabella operativa.	ID_Opp OP-2026-000
tbl_Righe (Righe Offerta)	Il dettaglio delle voci di ogni offerta.	ID_Riga RG-0000
tbl_Att (Attivita)	Ogni telefonata, visita, mail, invio di offerta.	ID_Att AT-0000
tbl_Chiose (Chiose)	Lo storico delle trattative concluse, con esito e motivo.	ID_Opp
tbl_Budget (Budget)	Obiettivi mensili per client manager.	Anno + Mese + manager

2.2 Come si collegano

I collegamenti sono tutti per codice, non per nome: il nome dell'azienda compare nelle altre tabelle come formula, non come dato ricopiato. Se correggi una ragione sociale in anagrafica, si aggiorna ovunque.

- Un'AZIENDA ha molti CONTATTI (ID_Azienda nella tabella dei contatti).
- Un'AZIENDA ha molte OPPORTUNITÀ, aperte e chiuse (ID_Azienda).
- Un'OPPORTUNITÀ ha molte RIGHE DI OFFERTA (ID_Opp) e molte ATTIVITÀ (ID_Opp).
- Un'ATTIVITÀ appartiene sempre a un'azienda e, quasi sempre, anche a un'opportunità: il campo ID_Opp può restare vuoto per le attività di relazione non legate a una trattativa.

La regola che regge tutto

Una trattativa sta o fra le aperte o fra le chiuse. Mai in tutte e due, mai in nessuna delle due. Il controllo n. 6 del foglio Controlli verifica proprio questo, e la macro di chiusura fa lo spostamento in un gesto solo, senza copia-incolla.

2.3 Le anagrafiche

Nel foglio Anagrafiche stanno diciassette liste che alimentano tutti i menu a tendina: stadi della trattativa, canali di contatto, client manager, motivi di rifiuto, settori, tipi e esiti di attività, ruoli aziendali e ruoli nel processo d'acquisto, priorità, stato del cliente, esiti di chiusura, dimensioni aziendali, concorrenti, listino prodotti e quattro parametri generali.

Ogni lista contiene la voce «Altro» per i casi che non rientrano nelle categorie previste, e ogni tabella operativa ha almeno una colonna «Note» in cui scrivere in libertà. Standardizzare serve per contare; le note servono per capire. Nessuna delle due cose può sostituire l'altra.

3. Il processo commerciale

Il diagramma che segue è la procedura completa, dal contatto che arriva fino all'analisi periodica. Le due parti si leggono di seguito: il cerchio verde «A» è il punto di raccordo.

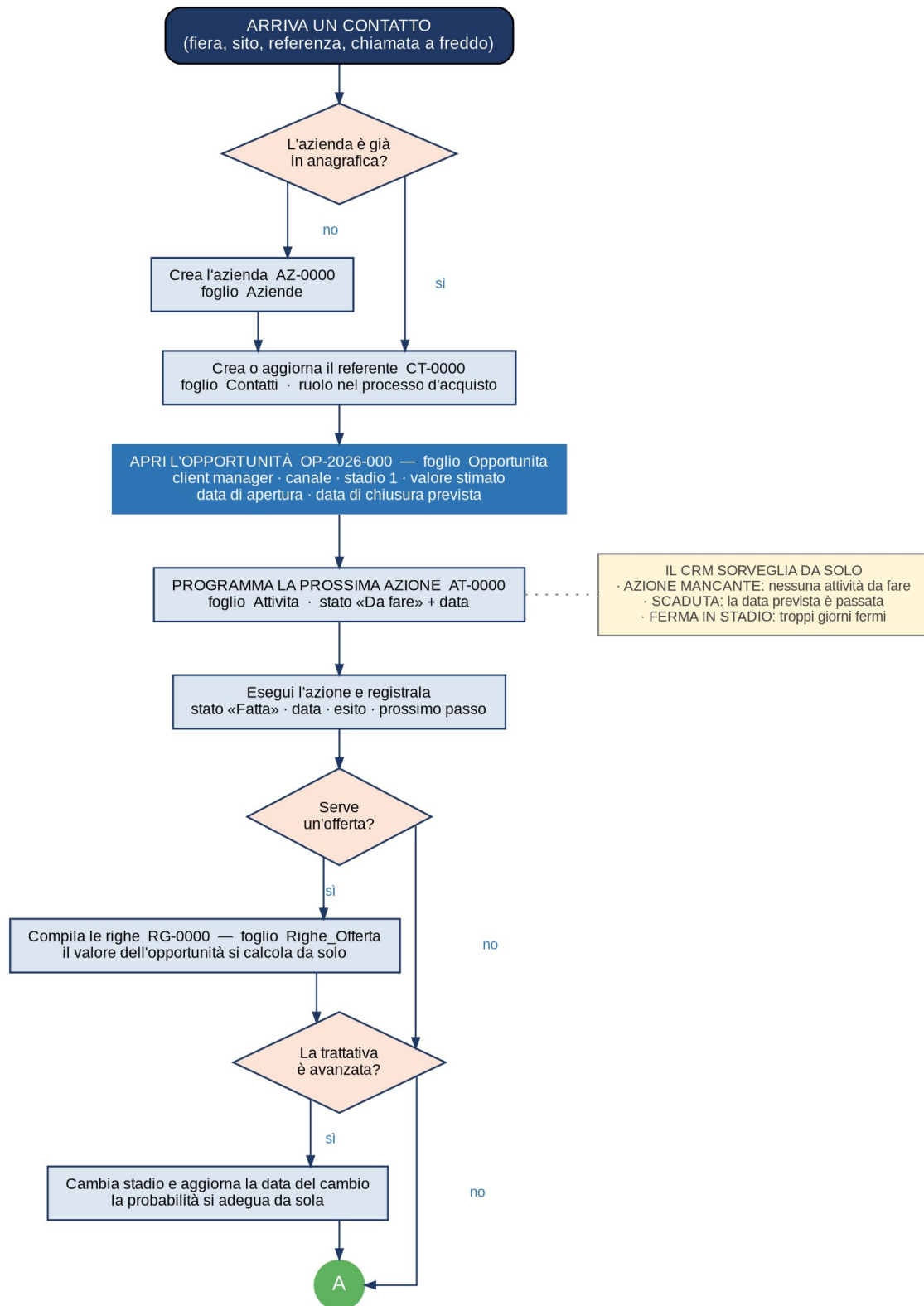


Figura 1 — Dal contatto in arrivo all'avanzamento di stadio

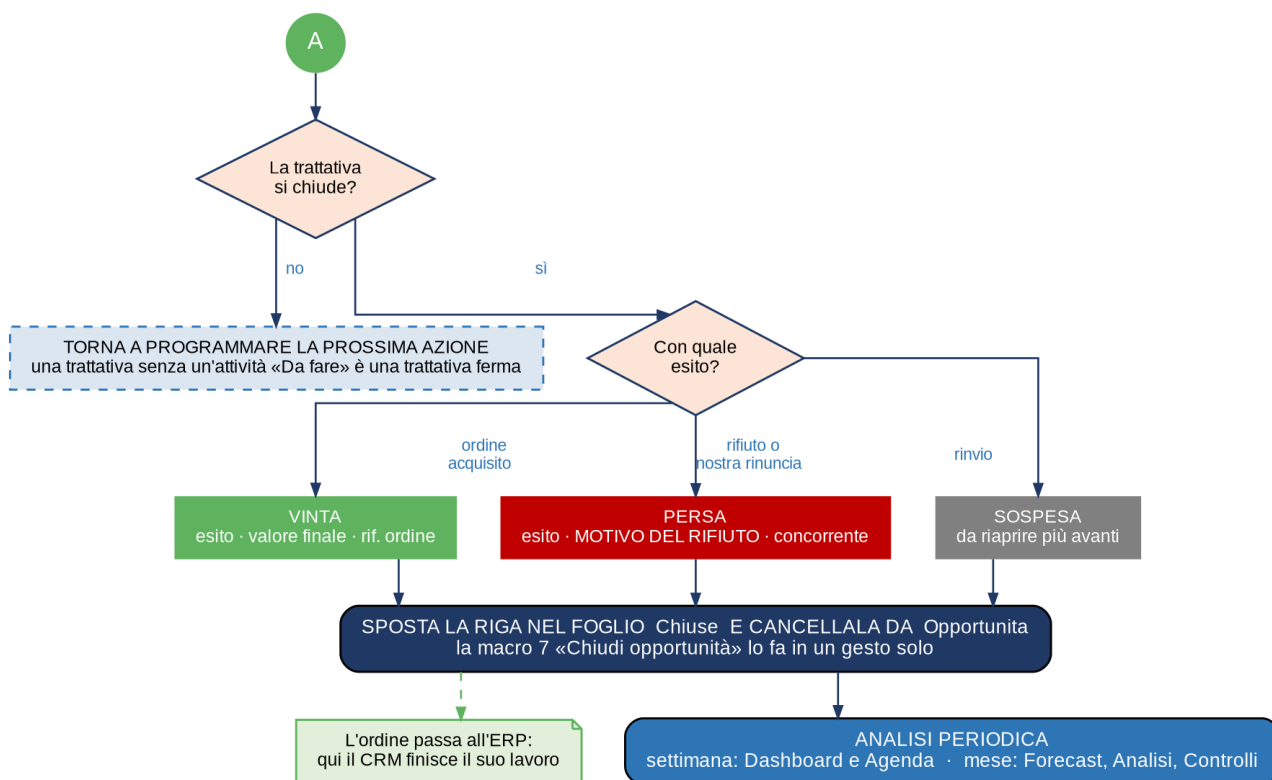


Figura 2 — Dalla trattativa alla chiusura, e ritorno

Il ciclo che non si deve mai interrompere

Esegui l'azione, registrala, programma subito la successiva. Finché questo ciclo gira, la pipeline è viva. Nel momento in cui una trattativa resta senza un'attività «Da fare», il CRM la marca come AZIONE MANCANTE: non è un difetto del file, è il file che sta facendo il suo lavoro.

4. Il lavoro di ogni giorno, in otto passi

Passo 1 — Registra l'azienda

Foglio Aziende, ultima riga della tabella, TAB: nasce una riga nuova che porta con sé formule, formati e menu a tendina. Assegna il codice progressivo (AZ-0013, AZ-0014...) e compila almeno ragione sociale, settore, client manager, canale di acquisizione e stato del cliente. Le colonne bianche sono calcolate: quante opportunità aperte ha, quanto valgono, quanto ha già comprato, quando è stato contattato l'ultima volta.

Passo 2 — Registra il referente

Foglio Contatti. Oltre a nome e recapiti servono due informazioni che nei fogli improvvisati non ci sono mai: il ruolo aziendale e il ruolo nel processo d'acquisto. Sapere che il tuo interlocutore è un influenzatore e non il decisore cambia completamente la trattativa. E se hai intenzione di mandargli comunicazioni commerciali, la colonna del consenso privacy va compilata: non è burocrazia, è la differenza fra una newsletter e una sanzione.

Passo 3 — Apri l'opportunità

Foglio Opportunità. Serve: chi è il cliente, chi è il referente, che cosa stiamo vendendo, chi lo segue, da dove è arrivato, in che stadio siamo, quanto vale, quando prevediamo di chiudere. La probabilità non si scrive: si deduce dallo stadio. Se in un caso specifico la ritieni diversa, scrivila nella colonna «Prob. manuale» e il CRM userà quella.

Due date sono obbligatorie e vanno tenute vere: la data di apertura e la data di chiusura prevista. La terza — «Data ultimo cambio stadio» — si aggiorna ogni volta che la trattativa avanza, ed è quella che permette di scoprire le trattative ferme.

Passo 4 — Programma la prossima azione

Foglio Attività. Una riga con stato «Da fare» e una data. Questo è il passo che la maggior parte delle aziende salta, ed è esattamente il passo che fa la differenza fra un CRM e un elenco. Finché esiste un'attività da fare, la trattativa cammina.

Passo 5 — Lavora, e registra mentre lavori

Fatta la telefonata, torna sulla riga dell'attività: stato «Fatta», data di esecuzione, esito, e nella colonna «Prossimo passo» scrivi che cosa serve fare adesso. Poi apri subito la riga dell'attività successiva. Registrare dopo tre giorni significa registrare male; registrare dopo una settimana significa non registrare.

Passo 6 — Fai l'offerta

Foglio Righe_Offerta: una riga per voce, con codice prodotto, quantità e prezzo. Se lasci vuoto il prezzo applicato prende quello di listino; se lo scrivi, il CRM calcola da solo lo sconto praticato, l'importo, il costo, il margine in euro e in percentuale. La somma delle righe finisce nella colonna «Valore offerta» dell'opportunità e sostituisce il valore stimato: da quel momento la pipeline è fatta di numeri reali, non di impressioni.

Passo 7 — Avanza, e prima o poi chiudi

Quando la trattativa fa un passo avanti si cambia lo stadio e si aggiorna la data del cambio. Quando finisce — con un ordine o con un no — la riga va spostata nel foglio Chiuse indicando l'esito, la data, il valore finale e, se è andata male, il motivo del rifiuto. Poi la riga va cancellata dal foglio Opportunità. La macro n. 7 fa tutte queste operazioni insieme e non sbaglia una colonna.

Il motivo del rifiuto è il campo più prezioso di tutto il file, e anche quello che nessuno ha voglia di compilare. Senza quel campo l'analisi delle perdite non esiste, e l'anno prossimo si perderà per gli stessi motivi di quest'anno.

Passo 8 — Guarda i numeri

Ogni settimana: Dashboard e Agenda. Ogni mese: Forecast, Analisi e Controlli. Cinque minuti la settimana e mezz'ora al mese sono il prezzo pieno di questo strumento.

5. I quattordici fogli, uno per uno

Foglio	Che cosa ci trovi	Ci si scrive?
Guida	Legenda dei colori, indice dei fogli, ciclo di lavoro e regole di convivenza.	No
Dashboard	Otto indicatori chiave, pipeline per stadio, semaforo degli allarmi, risultati per venditore, le dieci trattative più grandi.	No
Agenda	Le prossime quaranta cose da fare, in ordine di data, con il semaforo delle scadenze.	No
Opportunita	Le trattative aperte. Trentacinque colonne: identificativi, stadio, valori, date, allarmi, note.	Sì
Attività	Tutte le azioni, fatte e da fare.	Sì
Righe_Offerta	Il dettaglio delle offerte, con margini calcolati.	Sì
Aziende	Anagrafica clienti e potenziali clienti, con i totali calcolati per ciascuno.	Sì
Contatti	Le persone, con ruolo, ruolo d'acquisto e consenso privacy.	Sì
Chiuse	Lo storico completo: vinte, perse, sospese, con motivo, durata del ciclo e riferimento d'ordine.	Sì
Budget	Target mensili per venditore e consuntivo calcolato in automatico.	Sì
Forecast	Previsione mese per mese, pipeline per stadio, copertura del budget, resa dei canali.	No
Analisi	Win rate, ciclo di vendita, motivi di perdita, in quale stadio si perde, risultati per settore.	No
Anagrafiche	Le diciassette liste dei menu a tendina e i quattro parametri generali.	Sì
Controlli	Ventitré controlli automatici di coerenza e tre quadrature.	No

Come si legge il colore di una cella

Giallo con testo blu: si compila a mano, ed è l'unica cosa che si compila a mano. Testo nero: formula che calcola dentro lo stesso foglio. Testo verde: formula che legge da un altro foglio. Fondo azzurro: riga di totale. Rosso, arancio e verde nelle celle di stato sono semafori, non decorazioni.

6. Adattare il CRM alla propria azienda

Il template è volutamente generico: va bene per chi vende macchine, per chi vende consulenza e per chi vende licenze software. La personalizzazione si fa quasi tutta nel foglio Anagrafiche, e si fa una volta sola prima di cominciare.

6.1 Aggiungere o cambiare una voce di lista

Ci si mette sull'ultima riga della tabella giusta e si preme TAB. La tendina che usa quella lista si allunga da sola in tutti i fogli, perché le tendine puntano alle colonne delle tabelle e non a intervalli fissi di celle.

Attenzione a una cosa sola: se cambi il testo di una voce già usata nei dati, le righe vecchie continuano a riportare il testo vecchio e i riepiloghi le contano a parte. Meglio aggiungere una voce nuova che riscrivere una voce esistente.

6.2 Gli stadi e le probabilità

Gli stadi predefiniti sono sei, con le probabilità e i giorni massimi di permanenza qui sotto. Sono valori di partenza ragionevoli per una vendita B2B a offerta: vanno tarati sulla realtà della propria azienda dopo qualche mese di storico, guardando il foglio Analisi.

Stadio	Probabilità	Giorni max	Che cosa significa
1. Lead / da qualificare	5%	15	Nominativo arrivato, non ancora verificato
2. Qualificato	15%	20	Esigenza e budget verificati almeno in prima battuta
3. Analisi esigenze	30%	30	Incontro fatto, si sta costruendo la soluzione
4. Offerta inviata	50%	30	Offerta formale consegnata
5. Negoziazione	70%	20	Si discute prezzo, tempi, condizioni
6. Chiusura in corso	90%	10	Ordine atteso a giorni

La colonna «Giorni max in stadio» non è decorativa: è la soglia oltre la quale la trattativa viene marcata come FERMA IN STADIO. Una trattativa in negoziazione da due mesi non è in negoziazione, è persa e non lo sa ancora nessuno.

6.3 I quattro parametri generali

Parametro	Valore iniziale	Effetto
Giorni di preavviso per l'alert	7	Un'attività da fare entro questi giorni diventa «IN SCADENZA»
Giorni max senza contatto	30	Soglia oltre la quale un cliente si considera freddo
Anno di riferimento	2026	Governa i fogli Forecast e Analisi
Nome dell'azienda	(da compilare)	Compare nell'intestazione del Dashboard

6.4 Il listino

La tabella dei prodotti serve alle righe di offerta: codice, descrizione, unità di misura, prezzo di listino e costo standard. È il costo standard che permette al CRM di calcolare il margine di ogni offerta. Se in azienda i costi sono riservati, si può lasciare la colonna a zero: si perde il calcolo del margine, tutto il resto continua a funzionare.

7. Date e allarmi: il motore del CRM

Tre date governano tutto il comportamento del file. Se sono aggiornate, il CRM lavora per te; se sono finte, il CRM racconta bugie con grande precisione.

Data	Dove sta	A che cosa serve
Data di apertura	Opportunita	Misura da quanto tempo la trattativa è aperta e alimenta la durata del ciclo di vendita
Data ultimo cambio stadio	Opportunita	Conta i giorni di permanenza nello stadio: da qui nasce l'allarme FERMA IN STADIO
Data di chiusura prevista	Opportunita	Colloca la trattativa nel mese giusto del forecast
Data prevista	Attivita	È la scadenza dell'azione da fare: alimenta l'Agenda e gli allarmi SCADUTA e IN SCADENZA
Data di esecuzione	Attivita	Registra quando l'azione è stata fatta davvero: alimenta «ultimo contatto»
Data di chiusura	Chiuse	Colloca il risultato nel mese e nell'anno, e chiude il calcolo del ciclo di vendita

7.1 I cinque stati della colonna ALERT

Stato	Quando compare	Che cosa fare
AZIONE MANCANTE	Non c'è nessuna attività «Da fare» collegata alla trattativa	Aprire un'attività. Subito: è la situazione più pericolosa di tutte
SCADUTA	La data prevista dell'azione è già passata	Farla, o spostare la data con onestà
IN SCADENZA	L'azione va fatta entro i giorni di preavviso	Organizzarsi
FERMA IN STADIO	Troppi giorni nello stesso stadio	Decidere: si sblocca o si chiude come persa
OK	Tutto in ordine	Niente

Una nota di metodo

Spostare in avanti la data di un'azione per far sparire il rosso è il modo più elegante di rendere inutile un CRM. Se una trattativa è ferma, il valore dello strumento sta proprio nel dirlo. Un file pieno di righe verdi ottenute rimandando le scadenze costa quanto uno pieno di righe rosse, ma non serve a nulla.

8. Le macro: installazione e uso

Le macro non sono indispensabili: tutto quello che fanno si può fare a mano. Servono a togliere di mezzo le operazioni ripetitive in cui è facile sbagliare — la chiusura di un'opportunità, soprattutto, che a mano richiede di copiare quindici colonne nel posto giusto e poi ricordarsi di cancellare la riga di partenza.

8.1 Installazione (una volta sola, cinque minuti)

1. Apri CRM_PMI_Strumenti.xlsx e scrivi nella cella gialla il percorso completo del file CRM_PMI.xlsx (tasto destro sul file, Copia come percorso).
2. File > Salva con nome. Nel tipo di file scegli «Cartella di lavoro con attivazione macro di Excel (*.xlsm)» e salva nella stessa cartella del CRM.
3. Premi ALT+F11: si apre l'editor di Visual Basic.
4. Menu File > Importa file (o CTRL+M). Seleziona CRM_PMI_Strumenti.bas.
5. Nella finestra di sinistra compare «modCRM» sotto Moduli. Chiudi con ALT+Q e salva.
6. Alla riapertura Excel chiederà di abilitare le macro: rispondi «Abilita contenuto». Se il file arriva per email, tasto destro sul file > Proprietà > Annulla blocco.

Per lanciarle: ALT+F8, scegli Crm_Menu, Esegui. Compare un menu con undici voci: si digita il numero. Conviene aggiungere Crm_Menu alla barra di accesso rapido (File > Opzioni > Barra di accesso rapido > Macro): diventa un pulsante sempre disponibile.

8.2 Le undici macro

N.	Macro	Che cosa fa
1	Nuova azienda	Crea la riga con il codice progressivo e i campi obbligatori scelti dalle liste
2	Nuovo contatto	Come sopra per le persone, verificando che il codice azienda esista
3	Nuova opportunità	Crea la trattativa con stadio iniziale e date, e propone di programmare subito la prima attività
4	Nuova attività	Aggiunge un'azione da fare sull'opportunità selezionata
5	Completa attività	Chiude l'attività con data ed esito e chiede subito qual è il passo successivo
6	Avanza di stadio	Cambia stadio e aggiorna la data del cambio
7	Chiudi opportunità	Chiede esito, valore finale o motivo, data e nota; sposta la riga fra le chiuse e la cancella dalle aperte
8	Riapri opportunità	Il percorso inverso, per le trattative sospese che tornano vive
9	Controlli	Ricalcola tutto e dice a voce quali quadrature non tornano
10	Report PDF	Esporta Dashboard, Agenda, Forecast e Analisi in un unico PDF datato
11	Backup	Salva una copia del CRM con data e ora nel nome

Come sono scritte, e perché conta

Le macro cercano le tabelle per nome e le colonne per intestazione, non per posizione. Puoi spostare le colonne, nasconderle, riordinarle: continuano a funzionare. Se invece rinomini un'intestazione, la macro che la usa smette di scrivere quel dato — senza rompere niente, ma senza compilarlo. In quel caso basta rimettere l'intestazione originale.

9. Il file condiviso

9.1 Dove metterlo

La collocazione naturale è una cartella di OneDrive o di SharePoint condivisa con chi deve accedervi. Con Microsoft 365 la co-redazione funziona: più persone aprono lo stesso file e vedono le modifiche degli altri in tempo quasi reale. Su una cartella di rete tradizionale, invece, il file si apre in scrittura uno alla volta.

9.2 Le regole di convivenza

- Non si inseriscono righe vuote in mezzo alle tabelle: si scrive sull'ultima riga e si preme TAB.
- Non si cancellano colonne calcolate: se una colonna non serve, si nasconde. Cancellarla rompe le formule degli altri fogli.
- Non si riusa mai un codice cancellato: i progressivi vanno avanti e basta.
- Ordinare o filtrare una tabella in co-redazione cambia la vista anche ai colleghi. Excel mette a disposizione le «viste foglio» proprio per questo: si filtra per sé senza disturbare gli altri.
- Le macro chiedono la scrittura esclusiva su alcune righe: se un collega sta scrivendo nella stessa tabella conviene aspettare, o usare Excel desktop.

9.3 Chi vede che cosa

Un file Excel condiviso non ha permessi per utente: chi lo apre vede tutto. Se serve che ogni venditore veda solo le proprie trattative, la strada è un file per venditore più un file di consolidamento — oppure, a quel punto, un CRM vero. È bene saperlo prima, non dopo.

9.4 Backup e versioni

Su OneDrive e SharePoint la cronologia delle versioni è già attiva e recupera qualsiasi salvataggio delle ultime settimane: è il miglior backup disponibile e non costa nulla. La macro n. 11 serve per chi lavora su cartella di rete, o per fare una copia prima di un'operazione delicata.

10. Controlli e quadrature

Il foglio Controlli contiene ventitré verifiche automatiche. Le prime venti cercano incoerenze nei dati; le ultime tre sono quadrature vere e proprie, che devono valere zero.

10.1 Che cosa viene controllato

- Codici duplicati in ciascuna delle cinque tabelle con chiave propria.
- Trattative presenti contemporaneamente fra le aperte e fra le chiuse.
- Riferimenti orfani: opportunità, contatti o attività che puntano a un'azienda inesistente; righe di offerta che puntano a un'opportunità inesistente.
- Date incoerenti: chiusura prima dell'apertura, sia sulle aperte sia sulle chiuse.
- Trattative perse senza motivo di rifiuto, vinte con valore a zero, chiuse senza esito.
- Opportunità senza nessuna attività da fare, senza client manager, con valore a zero.
- Attività dichiarate «Fatta» senza data di esecuzione.
- Contatti senza consenso privacy registrato: controllo informativo, non bloccante.

10.2 Le tre quadrature

Quadratura	Che cosa confronta	Se non torna
Valore pipeline	Il totale del Dashboard contro la somma della tabella delle opportunità	Qualcuno ha modificato una formula di riepilogo
Valore offerte	La somma delle righe di offerta contro la colonna «Valore offerta» delle opportunità	Ci sono righe di offerta collegate a opportunità già chiuse
Valore perso	La somma per motivo di rifiuto contro il valore perso della sintesi	Ci sono trattative perse senza motivo indicato

Prima di portare i numeri in riunione

Apri il foglio Controlli e guarda l'ultima riga: se dice TUTTO QUADRATO, i numeri del Dashboard sono affidabili. Se dice il contrario, ogni riga rossa indica anche dove intervenire. Trenta secondi di controllo evitano una figura in consiglio.

11. Che cosa questo file non fa

Un modello che non dichiara i propri limiti non è credibile. Questi sono i limiti di Small CRM, e sono limiti di progetto, non difetti da correggere.

- Non è un gestionale: non emette offerte formattate, non fattura, non gestisce commesse o magazzino. Si ferma alla conferma d'ordine e passa il testimone all'ERP.
- Non invia nulla da solo: niente mail automatiche, niente promemoria via telefono. Le date e gli allarmi servono a ricordare a te di farlo.
- Non gestisce permessi per utente: chi apre il file vede tutti i clienti di tutti i venditori.
- Non tiene la storia delle modifiche: per sapere chi ha cambiato cosa serve la cronologia versioni di OneDrive o SharePoint.
- Non registra le email in automatico: se serve l'integrazione con Outlook, il territorio è quello dei CRM commerciali.
- Regge comodamente qualche migliaio di righe. Oltre le diecimila attività il file diventa lento: a quel punto conviene archiviare gli anni chiusi in un file separato, o cambiare strumento.

Detto questo: la maggior parte delle PMI che oggi non usa nessun CRM non ha bisogno di nessuna di queste cose. Ha bisogno di sapere chi deve richiamare domani e perché ha perso l'ultima gara. Questo file risponde a queste due domande, e lo fa dentro Excel, che è l'unico programma che tutti in azienda sanno già usare.

12. Avviamento: la prima ora

Una sequenza operativa per passare dal file consegnato al file in produzione, senza dimenticare niente.

7. Cancella i dati di esempio. Le righe delle sei tabelle operative — Aziende, Contatti, Opportunità, Righe_Offerta, Attività, Chiuse — si selezionano e si eliminano lasciando una riga vuota, così le tabelle e le formule restano in piedi. Il Budget si può tenere come struttura, cambiando i numeri.
8. Personalizza le anagrafiche: i tuoi client manager, i tuoi canali, i tuoi settori, i tuoi motivi di rifiuto, i tuoi concorrenti. È il passo che rende il file «vostro» invece che «di esempio».
9. Tara gli stadi: se il tuo ciclo di vendita è più corto o più lungo di quello predefinito, cambia le probabilità e i giorni massimi di permanenza.
10. Compila il listino con i tuoi prodotti e servizi, prezzi e costi standard.
11. Scrivi il nome della tua azienda e i quattro parametri nel foglio Anagrafiche.
12. Carica lo storico: prima le aziende, poi i contatti, poi le trattative aperte. Le trattative già chiuse degli ultimi dodici mesi valgono la fatica: senza storico il foglio Analisi resta vuoto e il win rate non esiste.
13. Metti il file nella cartella condivisa e dai i permessi.
14. Installa le macro seguendo il capitolo 8.
15. Apri il foglio Controlli e sistema tutto quello che è rosso.
16. Decidi il rito: quindici minuti il lunedì mattina, tutti insieme, davanti al Dashboard e all'Agenda. Uno strumento senza un rito che lo usa smette di essere aggiornato in tre settimane.

L'unica cosa che conta davvero

Un CRM non fallisce per mancanza di funzioni. Fallisce perché nessuno lo aggiorna. Se in azienda si riesce a tenere una regola sola — «quando chiudo un'attività ne apro subito un'altra» — questo file continuerà a dire la verità anche fra due anni. Se non si riesce a tenere quella regola, nessun software al mondo risolverà il problema.



Marco Baldoni

Strategica SRL

mbaldonistrategica@gmail.com

strategicasrl.com

Strategia & Calcolo — una collaborazione solida, delle soluzioni flessibili.