

Ottimizzazione dei processi commerciali e app "7D Sales Copilot"

Analisi della soluzione, architettura, integrazioni e stima di tempi e costi

CLIENTE	Sevendata S.p.A. (Gruppo Kompass)
FORNITORE	Tribus Informatica S.r.l.
OGGETTO	Automazione processo attivazione ShinyStat (Progetto A) e app di generazione playbook commerciali (Progetto B)
ORIGINE	Call del 2 luglio 2026 – "Automazione processo"
VERSIONE	1.0 – 8 luglio 2026
RISERVATEZZA	Documento riservato, soggetto a NDA tra le parti

Preparato da Tribus Informatica S.r.l. per Sevendata S.p.A.

1. Executive summary

Il presente documento nasce dall'incontro del 2 luglio 2026 tra Sevendata e Tribus Informatica e formalizza, sul piano tecnico ed economico, due iniziative distinte emerse nel corso della call. Entrambe condividono lo stesso obiettivo di fondo: **liberare tempo commerciale e amministrativo automatizzando attività oggi manuali**, senza intervenire in modo invasivo sul gestionale attuale, che il cliente sta migrando.

Progetto A – Automazione attivazione ShinyStat. Un orchestratore applicativo affianca l'ERP e intercetta i contratti del servizio ShinyStat nel passaggio di stato tra "caricato" e "validato", raccoglie in modo strutturato i dati di attivazione oggi richiesti via email, li fa validare al back-office e, nelle versioni evolute, genera la documentazione ad hoc e attiva il servizio via API.

Progetto B – App "7D Sales Copilot". Un'app mobile a chat guidata che, a partire da una P.IVA/Codice Fiscale/ragione sociale, interroga il datalake Sevendata e applica il Metodo di vendita aziendale per produrre un **playbook di preparazione all'incontro** (snapshot, matrice delle opportunità conversazionali, icebreaker, lettura finanziaria e action plan). È accompagnata da un mockup interattivo già realizzato.

Entrambi i progetti sono impostati con logica **"PoC-first"**: un primo rilascio rapido, autonomo dall'ERP e dallo strumento "Aria", per misurare il beneficio sul campo prima di industrializzare la soluzione. Per ciascun progetto sono proposte tre versioni (dalla più rapida alla più completa). Il dettaglio economico è riportato nell'Offerta commerciale allegata; la sintesi delle stime è nella tabella seguente.

Progetto	Versione consigliata (PoC)	Giornate	Investimento
Progetto A – ShinyStat	V2 – Form & validazione	~24 gg	€ 7.680
Progetto B – 7D Sales Copilot	V2 – PoC completo	~32 gg	€ 10.240
Bundle PoC A+B	Erogazione congiunta, con sconto	~56 gg	€ 16.900

Valori imponibili, IVA esclusa; esclusi i costi di infrastruttura cloud e di consumo dei modelli AI (§7).

2. Contesto e obiettivi

2.1 Il cliente

Sevendata S.p.A. è una realtà martech partecipata dal gruppo Kompass International, specializzata in lead generation e nella fornitura di insight di marketing, finanziari e di rischio. Dispone di un datalake che integra oltre 180 fonti ufficiali, con score generati da oltre 50 algoritmi predittivi e dati di intent dei decisori. Le linee di offerta coprono quattro aree – Risk & Credit, Marketing & Sales, Compliance, International & Data – che coincidono con i quattro quadranti del metodo di vendita descritto al §4.

2.2 Origine dell'iniziativa

Nel corso della call del 2 luglio 2026 sono emerse due esigenze diverse, presentate da referenti diversi: l'automazione di un processo operativo di back-office (attivazione del servizio ShinyStat) e la realizzazione di uno strumento a supporto della rete commerciale. Il cliente ha esplicitamente richiesto una proposta di tempi e costi per entrambe, con la possibilità di articularle in più versioni ("dalla più veloce alla più completa").

2.3 Principio guida: non intervenire sull'ERP

Il gestionale attuale – denominato **LOKI** e fornito da SEC Group – è in una fase di cambiamento/migrazione. Il cliente ha chiesto di **non introdurre modifiche invasive** su di esso. Entrambe le soluzioni sono quindi progettate per **affiancarsi** all'ERP tramite le sue API REST (accessibili in VPN), lasciando invariato il sistema esistente.

3. Progetto A – Automazione attivazione ShinyStat

3.1 Situazione attuale (as-is)

Sevendata rivende il servizio di web analytics ShinyStat. Alla vendita, il commerciale carica il contratto nell'ERP LOKI. Per questo specifico servizio, però, i campi di attivazione non sono obbligatori (a differenza di altri servizi, come "Easy Business", in cui lo sono). Di conseguenza il back-office deve richiedere manualmente, tramite una email standard, le informazioni mancanti:

- dati anagrafici del cliente (P.IVA, ragione sociale, ecc.);
- **email dell'utilizzatore della dashboard**, spesso diversa dall'intestatario del contratto;
- **condizioni per l'installazione del codice di tracciamento**, che varia in base al CMS del sito del cliente.

Le informazioni raccolte vengono gestite off-line dal back-office, poiché nell'ERP non esistono i campi dedicati per questo servizio. Successivamente viene redatta, in parte manualmente, la documentazione ad hoc per ciascun cliente.

3.2 Criticità

- Attività manuale e ripetitiva a carico del back-office (solleciti, verifica, riscrittura).
- Tempi di attivazione allungati e dipendenti dalla reattività del commerciale.
- Nessun vincolo di completezza dato: il contratto può procedere pur mancando informazioni indispensabili.

3.3 Vincoli

- Nessuna modifica invasiva all'ERP LOKI (fase di migrazione).
- Accesso ai dati dell'ERP tramite API REST, disponibili in VPN presso il fornitore; documentazione Swagger da fornire.
- Soluzione pensata come "ponte" per il periodo di interim, ma con architettura riutilizzabile.

3.4 Soluzione proposta (to-be)

Si introduce un **orchestratore applicativo** che affianca l'ERP e governa il completamento del contratto ShinyStat nel passaggio di stato "**caricato** → **validato**". Il flusso target:

- **Intercettazione.** All'ingresso di un contratto ShinyStat, l'orchestratore rileva lo stato e verifica la presenza dei dati di attivazione.
- **Raccolta dati.** Se mancano informazioni, il sistema invia al commerciale un form strutturato (link) con i soli campi mancanti. Il contratto resta "non completato" fino alla compilazione – e

con esso la relativa provvigione – creando un incentivo naturale al completamento.

- **Validazione.** Il back-office (referente attivazioni) verifica i dati con un semplice clic di conferma.
- **Documentazione.** Il sistema genera la documentazione ad hoc da template, precompilando i campi (ragione sociale, utilizzatore, condizioni di installazione).
- **Attivazione.** I dati vengono scritti/attivati via API sull'ERP e lo stato aggiornato; il processo prosegue poi come oggi (validazione amministrativa → produzione → fatturazione).

3.5 Architettura

- **Orchestratore/servizio middleware** (event-driven o polling sull'ERP) con macchina a stati per il contratto ShinyStat.
- **Web-form** responsive per il commerciale e **mini-console di validazione** per il back-office.
- **Motore di templating** per la generazione documentale (DOCX/PDF) con segnaposto.
- **Layer di integrazione** verso le API REST LOKI (lettura anagrafiche/stato, scrittura attivazione/stato) e servizio di notifica email.

3.6 Integrazione con l'ERP LOKI

Dalla collection API fornita risultano già disponibili endpoint di autenticazione a token e di gestione anagrafiche, listini, plafond e ordini (dettaglio in Appendice A). L'integrazione richiederà la conferma degli endpoint di lettura stato contratto e di scrittura dei campi di attivazione; in assenza di API dedicate, l'orchestratore può gestire il completamento in modo autonomo e sincronizzare lo stato disponibile.

3.7 Versioni proposte

Ver.	Contenuto	Giornate	Investimento
V1	Orchestratore "email": intercettazione stato, invio email standard automatica al commerciale, tracciamento risposte e notifica al back-office. Nessuna scrittura sull'ERP.	~13 gg	€ 4.160
V2	Form strutturato per il commerciale, blocco del completamento contratto/provvigione, console di validazione per il back-office, notifiche. Generazione documento ancora manuale.	~24 gg	€ 7.680
V3	End-to-end: V2 + generazione automatica della documentazione ad hoc da template + scrittura/attivazione via API ERP e aggiornamento stato.	~36 gg	€ 11.520

Raccomandazione: V2 come PoC, con evoluzione a V3 una volta consolidate le API di scrittura dell'ERP.

3.8 Stima di dettaglio (V3)

Attività	Figura	Giornate
Discovery, analisi API/Swagger, mappatura stati e regole	BA + Dev	5
Orchestratore/middleware e logica di blocco completamento	Dev	8
Web-form commerciale + console di validazione + notifiche	Dev + UX	8
Generazione documentazione ad hoc da template	Dev	6
Scrittura/attivazione via API ERP e aggiornamento stato	Dev	4
Test, setup VPN, deploy, handover	Dev	4
Totale		~35 gg

4. Progetto B – App “7D Sales Copilot”

4.1 Obiettivo

Fornire alla rete commerciale uno strumento che uniformi e potenzi la preparazione degli incontri, trasformando l'agente da venditore di funzionalità a partner strategico. L'app produce, a partire dal solo nominativo del prospect, un playbook operativo per l'incontro.

4.2 I tre motori

- **Il Metodo.** Il “Metodo Sevendata” redatto dalla direzione commerciale, trasformato in system prompt dell'assistente.
- **I Dati.** Il datalake Sevendata (via API REST o server MCP), con arricchimento a partire da P.IVA/CF/ragione sociale.
- **I Prodotti.** La knowledge base dell'offerta Sevendata.

4.3 Requisiti emersi dalla call

- **Mobile-first:** il commerciale è in mobilità; app a chat guidata (web responsive o nativa iOS/Android), non a domanda libera.
- **PoC autonomo,** realizzato al di fuori dello strumento “Aria”; l'integrazione con Aria e con il calendario è rimandata alla Fase 2.
- **Input** = P.IVA / Codice Fiscale / ragione sociale (nessun calendario nel PoC).
- **Output “per punti”,** con possibilità di approfondire on-demand ogni tema.

- **Veridicità del dato:** priorità assoluta. In assenza di dati attendibili il sistema dichiara "informazione non disponibile" anziché ipotizzare.

4.4 Il Metodo Sevendata come system prompt

Il playbook è un documento testuale che viene codificato nel prompt di sistema dell'assistente. In fase di codifica saranno recepite le correzioni già indicate dal cliente sul prompt attuale, tra cui:

- uso del profilo DISC in luogo della profilazione psicologica dai social (e con cautela);
- icebreaker riferito all'azienda, non alla persona;
- correlazione dei dati alle aree di intervento (Mercato → impatto sull'azienda → interpretazione Sevendata), non al singolo prodotto;
- domande aperte e non accusatorie ("Quali sono le vostre politiche sul credito?", non "Avete pagamenti lunghissimi, cosa fate?");
- follow-up come "proposta" su misura, non "offerta", e solo in presenza di interesse condiviso;
- numeri sempre reali e coerenti (es. corretta lettura di CCN, DSO, esposizione e perdite attese).

4.5 Architettura del PoC

- **App mobile** a chat guidata, realizzabile come **web app responsive** oppure come **app nativa (iOS/Android) pubblicata sugli store**, a parità di prezzo (design già definito dal mockup).
- **Orchestrazione AI:** composizione di dati datalake + knowledge prodotti + Metodo, con output strutturato (snapshot, matrice a 4 quadranti, icebreaker, lettura finanziaria, persona, action plan) e approfondimenti on-demand.
- **Connettore dati:** client REST o server MCP verso il datalake ed enrichment anagrafico.
- **Guardrail** di veridicità e citazione della fonte del dato.
- **Riepilogo esportabile:** al termine dell'analisi l'app produce un briefing di 1 pagina (le informazioni chiave dell'incontro), **esportabile in PDF, condivisibile o inviabile via email**, che il commerciale porta con sé all'incontro.

4.6 Integrazione dati: REST o MCP

Il datalake può essere esposto tramite API REST (via preferenziale per il PoC) oppure tramite un server MCP dedicato, che rende i dati direttamente "interrogabili" dall'assistente. Per un pilota su un numero contenuto di aziende (indicativamente 20–30) entrambe le vie sono adeguate; a regime andrà valutata la modalità più efficiente.

4.7 Motore di generazione del playbook

Il cuore dell'app è la Matrice delle Opportunità Conversazionali a quattro quadranti (Risk & Credit, Marketing & Sales, Compliance, International & Data). Per ciascun quadrante il sistema trasforma i dati in spunti e domande aperte, con un approccio a imbuto che collega i cambiamenti di mercato all'impatto sull'azienda e all'interpretazione Sevendata. La lettura finanziaria è espressa in chiave di business (esposizione media, quota a rischio, perdite attese, "fatturato di recupero").

4.8 Arricchimento e fonti esterne

Oltre al datalake, il PoC può includere – come opzione – la sintesi del sito del prospect e del profilo LinkedIn, subordinata alla verifica di attendibilità del dato (rischio di omonimie azienda/persona). La regola operativa: usare il dato solo se verificato; in caso contrario, non esplorarlo.

4.9 Mockup interattivo

È già disponibile un mockup interattivo dell'app (navigabile su smartphone), fornito a parte, che illustra l'intero flusso: login, inserimento prospect, analisi, playbook, approfondimento a imbuto, assistente a chat guidata, riepilogo esportabile e follow-up.

4.10 Versioni proposte

Ver.	Contenuto	Giornate	Investimento
V1	"Quick": assistente a chat guidata su web, connessione datalake via MCP, playbook base (snapshot + matrice sintetica), Metodo→prompt v0, 2 aziende demo.	~16 gg	€ 5.120
V2	"PoC completo": app mobile (web responsive o nativa iOS/Android, design del mockup), Metodo→system prompt completo con le correzioni, 4 quadranti + approfondimenti, enrichment da P.IVA/CF, guardrail di veridicità, riepilogo/briefing esportabile in PDF, 4 aziende demo, tuning.	~32 gg	€ 10.240
V3	"PoC esteso": V2 + modulo arricchimento LinkedIn/sito con verifica attendibilità, più fonti datalake, export del playbook in PDF, analytics d'uso.	~44 gg	€ 14.080

Raccomandazione: V2 come PoC da mettere in mano ai commerciali per un periodo di prova.

4.11 Stima di dettaglio (V2)

Attività	Figura	Giornate
Discovery e codifica Metodo→system prompt (correzioni, 4 quadranti, guardrail)	AI + BA	7

Integrazione datalake (client REST/MCP) ed enrichment P.IVA/CF	Dev	6
Motore AI: composizione dati+prodotti+Metodo, output strutturato, approfondimenti	AI Eng.	8
Frontend mobile-web (chat guidata + rendering playbook)	Dev + UX	8
Integrazione, test su 4 aziende, tuning del prompt	AI + Dev	3
Totale		~32 gg

5. Architettura complessiva e stack tecnologico

Le due soluzioni condividono un impianto comune: servizi applicativi che si affiancano all'ERP e ne consumano le API, senza modificarlo. Stack indicativo (da confermare con il cliente):

- **Backend/orchestrazione:** servizio applicativo (Node.js/Python) containerizzato.
- **Frontend:** web app responsive/mobile-first.
- **AI:** modelli LLM allo stato dell'arte (famiglia Claude) per la generazione dei playbook, con instradamento a più livelli per il controllo dei costi.
- **Integrazione dati:** API REST LOKI ed esposizione datalake via REST/MCP.
- **Hosting:** cloud del cliente o del fornitore, con connessione VPN verso l'ERP.

Nota. L'infrastruttura server a supporto (hosting, ambienti, gestione e manutenzione) non è compresa nel PoC e sarà quantificata separatamente in base alla collocazione scelta — presso Tribus Informatica oppure sull'infrastruttura del cliente.

6. Sicurezza, privacy e conformità

- Trattamento dei dati in conformità al GDPR; definizione dei ruoli (titolare/responsabile) e DPA se necessario.
- Accesso all'ERP tramite VPN e credenziali dedicate; principio del minimo privilegio sulle API.
- Politica di veridicità del dato per il Progetto B: fonte tracciata, nessuna informazione non verificata.
- Attività svolte sotto NDA tra le parti (da formalizzare, come emerso in call).

7. Costi di esercizio (AI/consumo)

Il Progetto B comporta un costo di consumo dei modelli AI proporzionale all'uso. Per contenere la spesa a regime si adotta un instradamento a più livelli (modelli più leggeri per i compiti semplici, modello "forte" solo per la sintesi finale) e il caching dei dati già recuperati. In fase di PoC, con poche decine di aziende, il costo di consumo è trascurabile (nell'ordine di poche decine di euro complessivi). Il costo unitario per playbook e le proiezioni a regime saranno stimati insieme al cliente sui volumi reali.

8. Roadmap e tempistiche

- **Avvio:** firma NDA, accesso VPN/API e Swagger, referente tecnico e commerciale dedicati.
- **PoC (5–6 settimane):** erogazione delle versioni V2 dei due progetti, in parallelo ove possibile.
- **Verifica sul campo:** periodo di prova con i commerciali e con il back-office.
- **Fase 2 – industrializzazione:** integrazione con Aria e con il calendario (Progetto B), evoluzione a V3 (Progetto A). Stima indicativa nell'Offerta.

9. Assunzioni, dipendenze e rischi

- Disponibilità tempestiva di documentazione API (Swagger), accesso VPN e dati demo (4 aziende con contenuto datalake completo).
- Le stime presuppongono un perimetro PoC; ampliamenti di scope saranno gestiti con change request.
- La copertura/qualità di alcune fonti esterne (es. LinkedIn) può limitare il modulo di arricchimento del Progetto B.
- Eventuali interventi lato SEC sull'ERP sono esclusi dal presente perimetro.

10. Prossimi passi

- Formalizzazione dell'NDA tra Sevendata e Tribus Informatica.
- Condivisione della documentazione API dell'ERP (Swagger) e degli accessi VPN.
- Selezione delle versioni (per progetto) e conferma del bundle PoC.
- Kick-off e pianificazione operativa.

Appendice A – Endpoint API LOKI rilevati

Dalla collection Postman fornita (base <https://sevendata.secgroup.biz>):

Endpoint	Funzione
POST /api/loki/login	Autenticazione, restituzione token
GET /api/loki/get-pricelist/{cliente}	Listino prezzi per cliente
POST /api/loki/get-price	Prezzo per cliente/prodotto
POST /api/loki/save-order	Salvataggio ordine
POST /api/loki/check-plafond	Verifica plafond/credito residuo
POST /api/update-order-status	Aggiornamento stato ordine
POST /api/sevendata/save-mage-order	Import ordine da Magento
GET /api/reseller/get-customer-availability/{reseller}	Verifica affidabilità/disponibilità cliente

Nota: gli endpoint di lettura stato contratto e di scrittura dei campi di attivazione ShinyStat saranno verificati sulla documentazione completa.

Appendice B – Il Metodo Sevendata in sintesi

Il metodo si articola in ciò che si studia (snapshot aziendale, persona intelligence, analisi finanziaria e di rischio, intelligence qualitativa dalla nota integrativa) e in come si conduce l'incontro (storytelling commerciale, icebreaker, filtro strategico a imbuto, matrice delle opportunità conversazionali, action plan Prima/Durante/Dopo). La comunicazione segue lo schema: 1) Enuncio 2) Descrivo 3) Condivido 4) Esprimo un'opinione. I quattro quadranti della matrice – Risk & Credit, Marketing & Sales, Compliance, International & Data – corrispondono alle aree di offerta Sevendata.