

POLITECNICO DI TORINO
ESAMI DI STATO PER L'ABILITAZIONE ALLA PROFESSIONE DI INGEGNERE

I SESSIONE 2006

ING. GESTIONALE – Vecchio Ordinamento

TEMA 2

Martedì 20 Giugno 2006

La società GetRich è una media azienda che opera nel settore dell'intermediazione finanziaria, e come tale ha come core business la rivendita di prodotti finanziari offerti da società finanziarie terze.

Finora l'azienda ha operato con una clientela selezionata, composta da un numero limitato di clienti "business" selezionati, seguiti personalmente (ed in modo prevalentemente manuale) dai propri promotori. Attualmente la GetRich intende estendere la propria offerta di prodotti ed aggredire anche il più ampio mercato degli utenti "home". Si presume che la nuova categoria di clienti sarà interessata a prodotti finanziari più standardizzati e semplificati, e pertanto ogni promotore avrà la possibilità di seguire un maggiore numero di clienti.

In questo contesto è opportuno che, per far fronte all'aumentata clientela ed alla diversa tipologia della clientela, l'azienda si doti di nuove funzionalità del proprio sistema informativo.

Al candidato è richiesto di:

1. Completare la descrizione del contesto generale, scegliendo e dettagliando maggiormente la/le categoria/e di prodotti e le relative interazioni con i clienti e con le società fornitrici. Tale descrizione, scelta dal candidato, costituirà il contesto concreto di riferimento rispetto al quale sviluppare i punti successivi.
2. Progettare un'architettura generale del sistema informativo aziendale (Enterprise System) per l'azienda GetRich, identificando i moduli più importanti e le rispettive funzionalità, ed analizzando i flussi informativi coinvolti. Vista la ristrettezza del budget a disposizione, si svolga il progetto indicando chiaramente le priorità realizzative (ossia quali parti dell'Enterprise System sono da considerarsi prioritarie rispetto ad altre, nel caso in cui il budget non fosse sufficiente all'intera realizzazione).
3. Dettagliare, in particolare, le funzionalità della componente CRM del sistema, identificando i canali di vendita, le modalità di interazione con il cliente e più in generale il workflow dell'interazione tra (potenziale) cliente ed azienda. Si immagini ad un sistema CRM fortemente customizzato sulle esigenze specifiche dell'azienda.
4. Raccogliendo le informazioni presenti nelle analisi svolte nei punti precedenti, progettare il modello concettuale (schema E-R) delle parti principale della base di dati che verrà utilizzata dal sistema informativo aziendale.