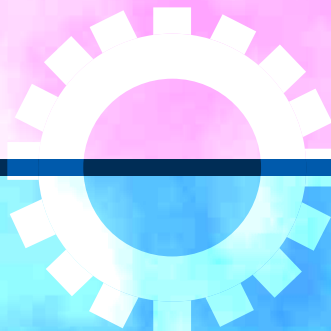
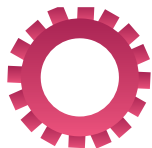


IL MODO  
MIGLIORE  
PER **AVERE**  
**S**OLIDARIETA'  
E' **CHIEDERLA**





**Softlab S.p.A. è una tech-company specializzata in progettazione, produzione e sviluppo evolutivo di tecnologie, sistemi, soluzioni e outsourcing in ambiente Information Technology.**

Tutto il nostro agire si alimenta di un pensiero smart.

Il paradigma del funzionamento del nostro Laboratorio, lo SmartLab, è:

**IL MODO  
MIGLIORE  
PER AVERE  
? DELLE  
DOMANDE È  
DARE LE  
RISPOSTE**

# CERTEZZA

A seguito di un'importante operazione di MbO a metà del 2009, Softlab si è rinnovata: oggi siamo SL<sup>2</sup>, un modello innovativo ed innovatore nel panorama delle imprese ICT.

Per Terzo Settore noi di SL progrediamo ulteriormente: la sovrapposizione delle mappe del nostro sistema valoriale ha rilevato nessuna distanza.



**Terzo** vuol dire primo, perché è il superamento e la valorizzazione del primo e del secondo.

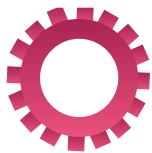
**Terzo** vuol dire primo perché solo chi è capace di ricchezza endogena sa racchiudere in sé tutta l'energia di cui è capace.

Ce ne siamo innamorati e abbiamo messo a sua disposizione tutte le nostre conoscenze, competenze, strumenti e – soprattutto – tutta la nostra voglia di non conosciuto.

In questa relazione è emerso tutto il nostro esistere non monadico, il nostro donchisciottismo, la nostra capacità di essere nodo di una rete fatta di sinapsi chimiche il cui facilitatore è la capacità di essere l'altro.

# SL<sup>3</sup>





Per il Terzo Settore noi di SL<sup>3</sup>  
modifichiamo il nostro paradigma, pur  
conservando il nostro essere smart.

**IL MODO  
MIGLIORE  
PER **AVERE**  
SOLIDARIETA'  
**E' CHIEDERLA****

## IL NOSTRO VALORE

Muovendo da un progetto di outsourcing della Gestione Soci realizzato per il WWF, nel 2007 abbiamo creato un team specializzato in servizi e sistemi informativi a supporto del Terzo Settore.

Lavorando con e per il Terzo Settore abbiamo sviluppato la nostra dimensione sociale e abbiamo capito che le tecnologie possono e devono asservirsi alla soluzione dei bisogni della comunità.

Ci piace considerare questa esperienza un primo passo di un viaggio verso e nella Corporate Social Responsibility.

**SL HA SEMPRE TENUTO FERMA LA PRUA**  
**SU UN SISTEMA VALORIALE**  
**FORTE E CONDIVISO**



Percorrendo le strade del Terzo settore abbiamo imparato a fare **Fundraising management**, **Fundraising intelligence**, **Fundraising software**, **Telefundraising**, **Web Phone raising**, **Collaborazioni**, tutte attività che prestiamo con energia e operosità.

## SL PER IL TERZO SETTORE

Dal “buon business”  
al “business buono”



## L'IMPEGNO

Il nostro impegno nel sociale si gioca su più fronti, sia esogeni che endogeni: dalla creazione di servizi e tecnologie specifiche per il Terzo Settore all'acquisizione di certificazioni di sostenibilità dei processi specifici dell'azienda, passando attraverso l'impegno a trasfondere una cultura della responsabilità sociale fra i nostri stessi compagni di viaggio.

La nostra volontà di offrire un servizio completo ci ha permesso di mettere nella nostra valigia il saper gestire in modo completo le anagrafiche: normalizzazione e deduplica, gestione dei flussi di pagamento e incasso, rendiconti, spedizioni e stampe, contact center, la qualità e non per ultimi, la Comunicazione e il Dialogo.



## **ASCOLTO**

Il mood del nostro agire è empatico, è l'essere il Sostenitore, essere dentro l'esigenza del Sostenitore.

# CERTEZZA

Cerchiamo di percepire il sistema valoriale del Sostenitore, costruendo attorno ai valori condivisi le sinapsi capaci di generare empatia all'interno della relazione e quindi di mettere in moto la massima energia possibile per raggiungere il miglior risultato ottenibile.

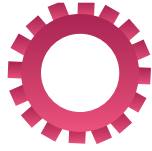
Per questo motivo definiamo il Sostenitore anche Compagno di Viaggio.

Per aiutare al meglio le nostre Associazioni a conoscere i nostri Compagni di Viaggio, facciamo affidamento sui dati e le anagrafiche, rendendoli standard e facilmente consultabili. Abbiamo elaborato un metodo di gestione delle informazioni che ricaviamo dalle liste interne: sia che le Associazioni ci diano loro indicazioni, sia che seguano le nostre e sia che ci diano solo dati parziali, il nostro team è in grado di normalizzare ogni dato e di arricchire ogni tipo di lista attraverso la trasformazione dei dati in informazione e conoscenza.

## NORMALIZZAZIONE E DEDUPLICA

- Da uno scontro interno, le liste vengono deduplicate
- Viene fornito un primo report secondo le priorità stabilite
- Le anagrafiche vengono confrontate con quelle dei broker di lista
- Le anagrafiche idonee vengono sottoposte al confronto analitico
- Viene costruita una tavola guida, per determinare le quantità da ritornare ai fornitori.





Tutte le informazioni di attività di marketing e donazioni sono sempre disponibili: abbiamo creato un' applicazione di Data Entry, che permette di inserire nuovi documenti e di importare tabelle in qualsivoglia formato nel nostro database, il bagaglio più importante di ogni viaggio.

Siamo organizzati in modo flessibile, e gestiamo con semplicità ma con efficacia il ciclo di carico delle varie lavorazioni, in particolare nei momenti di picco.

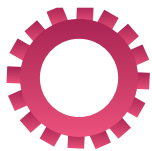


Nella nostra valigia riusciamo a inserire:

- Adesioni Pledge con Pagamento Tramite Carta di Credito/RID
- Adesioni progetti di donazione
- Bollettini di CC Postali Emergenze, 674 e non
- Bonifici, postagiuro, contrassegni
- Comunicazioni dei Donatori
- Comunicazioni di Donazione
- Donazioni on-line, one off, pagate in contanti e con assegni
- Estratti conto bancari con Contabili
- Ricevute offerte sedi locali

## RISPOSTA

Il Responsabile dello smart team, figura di alto profilo ed esperienza, garantisce la qualità degli inserimenti, il rispetto dei tempi di consegna, il giusto calibro dei carichi di lavoro, un appropriato livello di formazione e controlli di quadratura a numero e valore.



Abbiamo a cuore la gestione corretta ed efficace dei flussi di pagamento, considerandola uno degli aspetti fondamentali di Fundraising.



Con applicazioni dedicate, che supportano il sistema gestionale principale e si interfacciano con esso con approccio modulare, abbiamo ideato un sistema notevolmente "potenziato".

Amministriamo lo scarico di dati postali, la gestione degli scarti e delle eccezioni, i cold e i bollettini 123 451 in ritorno, le interrogazioni, le esternalizzazioni e i fornitori esterni fino alla gestione dell'archivio storico

## RISPOSTA

Abbiamo realizzato un unico sistema quale mezzo di trasporto del nostro viaggio, integrato e facile da usare.

## DOMANDA

Come fate a conoscere  
così bene i vostri  
Compagni di Viaggio?

Data Warehouse e Data Mart sono la fonte delle informazioni a cui ci rivolgiamo quando lavoriamo su dati organizzati secondo le linee del Marketing o le singole necessità di controllo.

Disponiamo di una vasta offerta di archivi standard orientati al supporto decisionale, tra cui:

### DATA WAREHOUSE:

- Sostenitori
- Prospect
- Pagamenti, sia in corso che in storico

### DATA MART:

- Face to face
- Rid
- Telemarketing
- Ciclo di sollecitazione
- Internet
- Dialogo
- Top donors
- Cancellati

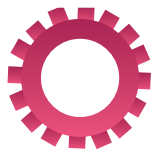
Ci serviamo del **DATA MINING**  
invece per:

- Estrazione, con tecniche analitiche all'avanguardia, di informazione implicita, nascosta, da dati già strutturati, per renderla disponibile e direttamente utilizzabile
- Esplorazione e Analisi, eseguita in modo automatico o semi, su grandi quantità di dati, allo scopo di scoprire pattern significativi.

## FUNDRAISING INTELLIGENCE

I nostri Osservatori sull'andamento delle campagne costruiscono delle "tavole di bordo" che contengono le analisi distinte per:

- Promozioni, andamento e previsione ritorni, avvisi, progressiva promozioni, utilizzo liste
- Entrate, analisi dei rid, conto economico
- Qualità, dialogo, disguidi e cancellati
- Marketing, profilo sostenitori, indici classificazione
- Base sociale, sostenitori e prospect



Ci piace esplorare, analizzare e aggregare le informazioni relazionali, psicografiche, sociali, demografiche ed economiche dei nostri Sostenitori.

Attraverso la conoscenza dei prodotti e dei servizi utilizzati, capiamo le loro azioni, entriamo nelle loro corde e li teniamo vicini a noi, facendone i nostri compagni di viaggio.



Nel cammino accanto al Sostenitore, lo conosciamo, facciamo nostre le sue esigenze, e alla fine potremo riconoscerlo tra mille.

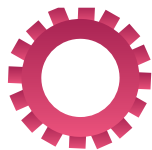
Forti dell' "essere l'altro", preveniamo la sua stanchezza durante il viaggio, ne individuiamo le motivazioni e lo incoraggiamo, affinché il nostro percorso continui assieme a lui.

Opinioni, motivazioni, atteggiamenti e comportamenti saranno da noi indagati e modificati, per sapere dove siamo stati carenti col nostro agire e dove possiamo migliorare. Perché il viaggio è crescita, e si può crescere solo insieme all'Altro.

## RISPOSTA

Vogliamo comprendere il mondo, perché capire il mondo significa capire i nostri Sostenitori.

*" Il vero viaggio di ricerca non consiste nel guardare nuove terre, ma nell'averne nuovi occhi"*  
(Marcel Proust)



**Ariadné è la strada del nostro cammino e l'abbiamo lastricata con i dati dei nostri Sostenitori più maturi.**

Abbiamo costruito strade diritte, ma anche curve e salite, con esperienza e flessibilità, adattandoci ad ogni tipo di suolo.

Se il nostro Amico perde terreno, noi lo prendiamo per mano e lo aiutiamo ad avanzare sulla via che noi chiamiamo il "Viale delle Associazioni".

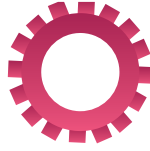
Proponiamo sei diversi sentieri:  
*Marketing, Person, Proposal,*  
*Streaming, Procedure, Business*  
*Intelligence.*

Azioni di marketing, Anagrafiche,  
Spedizioni, promesse di  
pagamenti, Gestione dei messaggi  
dall'Associazione e la gestione  
dell'Accesso sono gli itinerari che  
offriamo.

Ogni informazione viene da noi  
inserita, gestita, e richiamata per  
poi essere utilizzata puntualmente  
secondo necessità.

## RISPOSTA

ARIADNÈ è una soluzione  
web completa di Stakeholder  
Relationship Management per  
la gestione delle relazioni tra le  
ONP e i loro Sostenitori.



**Laddove non arriviamo con i nostri piedi, ci avvaliamo della tecnologia.**

Per questo motivo abbiamo creato delle applicazioni web oriented, spazi virtuali in cui i Sostenitori possono dialogare con le Organizzazioni quando non possono incontrarsi direttamente.

E quando siamo noi a voler parlare con il nostro Sostenitore, lo raggiungiamo via e-mail, telefono ma anche via sms. Perché se la strada è uguale per tutti, il viaggio è un' esperienza unica e irripetibile.

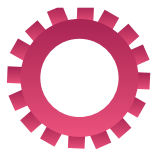


Il nostro team è uno smart team, poiché avvalendosi del telefundraising è capace di dare il benvenuto ai nuovi Compagni di Viaggio e a proporre nuove mete a quelli più maturi, nell'ottica di una sempre maggiore soddisfazione.

## RISPOSTA

Con EXTREME abbiamo una grande agenda che ci permette di fare Direct Email Marketing





**Ci piace, durante il nostro cammino, contornarci di Compagni di Viaggio con i quali contaminare le esperienze e crescere insieme.**

Il Laboratorio SOFTLAB-ISSR è nato da un viaggio fatto nel sud della nostra nazione ed è volto ad aiutare e sostenere gli enti ecclesiastici e tutto il mondo studentesco.

Abbiamo visitato Musei, siti archeologici e luoghi di tecnologia del Mezzogiorno, e vogliamo promuoverli e valorizzarli.



Un importante Amico si è aggiunto a noi nel 2007: ASSIF.

Abbiamo unito le nostre conoscenze per mappare le organizzazioni che fanno fundraising nel paese e scoprire che si può fare azienda anche nel sociale.

Abbiamo messo nella nostra valigia la consapevolezza che per far bene il fundraiser dobbiamo diventare imprenditori civili.

## RISPOSTA

Come siamo costruttori di nuove strade, così manteniamo quelle costruite dai nostri antenati, grati del patrimonio lasciatoci.

Per questo abbiamo a cuore i Beni Culturali, una via sui marciapiedi della quale viaggiano relazioni e conoscenze. Forti del bagaglio tecnologico nel nostro bagaglio, proponiamo il concetto di Extended Cultural Network, una banca dati centralizzata alla quale tutti possono accedere e interagire, da Musei, siti archeologici o più semplicemente da casa.

Per noi di SL la qualità si misura in  
primo luogo con la soddisfazione di  
Sostenitori e Associazioni.

L'unità centrale che si occupa della gestione dell'accadente e degli elementi materiali e immateriali che guidano i processi aziendali e le attività che contribuiscono a garantirne il livello qualitativo è la DAQ, la Direzione Assicurazione Qualità.

Essa vigila sull'auditing e sulla qualità dell'azienda e dei suoi prodotti, ponendosi come obiettivo il raggiungimento di una qualità totale.

## RISPOSTA

Abbiamo adottato un approccio strategico per il raggiungimento di un'elevata Customer Satisfaction.

“Progettazione, realizzazione e gestione dei servizi di relazione con il pubblico, contact center, fundraising management, data entry, telemarketing e call center sono certificati ISO9001:2008”.





Amnesty International



**GREENPEACE**



**lega del filo d'oro**



**cesvi**



**pio vita onlus**

# RISPOSTA

Grazie a loro e a tutti  
quelli che verranno.

**SOFTLAB**



## CONTATTI

### ROMA

Via V.Mazzola, 66  
00142 Roma

Tel. 06 510391  
Fax 06 5035929  
e-mail: sl3@soft.it

[WWW.SOFT.IT](http://WWW.SOFT.IT)

### MILANO

Via Clemente Prudenziro, 16  
20138 Milano

Tel. 02 509811  
Fax 02 50981300  
e-mail: milano@soft.it

### PADOVA

c/o Business Center  
Via Savonarola, 217  
35137 Padova

Tel. 0498 235820  
Fax 0498 722703  
e-mail: padova@soft.it