



storia di successo » **BOCCHIOTTI**

Sistema di CRM per la Gestione della Demand Chain

L'Azienda / Il Cliente

Il Gruppo Industriale Bocchiotti, fondato a Genova nel 1965, vanta oggi una presenza internazionale nel settore dei sistemi di canalizzazione e dei contenitori per l'industria elettrotecnica. All'estero realizza un terzo del proprio fatturato. In Italia è leader di mercato e - tramite la propria rete di vendita diretta - cura le relazioni con le 17 Agenzie ed i distributori di materiale elettrico, che costituiscono la rete distributiva dell'azienda per la commercializzazione dei prodotti verso i clienti finali.

Le Esigenze

Gruppo SIGLA ha realizzato, per conto di Bocchiotti, un Sistema di CRM per la fidelizzazione degli installatori, fornendo un disegno funzionale ed architetture specifiche per le esigenze del Cliente, e provvedendo alla realizzazione con la collaborazione significativa di personale interno alla Azienda. L'avvio del progetto ha visto la costituzione di tre gruppi di lavoro composti dai *Key User* di Bocchiotti, il cui contributo è stato determinante nel consentire di completare l'analisi e rilasciare il sistema in tempi molto brevi, rendendolo immediatamente utilizzabile dal personale dell'azienda Cliente.

La clientela finale comprende installatori, quadristi, progettisti e architetti. Tra questi - su un totale di oltre 50.000 aziende in Italia - il settore di mercato più significativo è costituito da 20.000 installatori, nei cui confronti Bocchiotti ha deciso di attuare una politica di fidelizzazione e sviluppo, basata sull'impiego di metodologie marketing differenziate secondo il segmento di appartenenza del cliente. Il "Progetto Marketing per la fidelizzazione degli Installatori", prevedendo modalità di intervento tempestive e personalizzate in funzione delle caratteristiche rilevate di volta in volta riguardo a ciascuna azienda e alla sua relazione con Bocchiotti, ha richiesto la realizzazione di un Sistema CRM in grado di rispondere a precisi requisiti conoscitivi ed operativi.

Bocchiotti

SETTORE

Manifatturiero

FUNZIONE

CRM per la gestione della Demand Chain

SFIDE

Definizione e gestione dei processi di marketing per ampliamento quote di mercato

SOLUZIONE

CRM integrato col sistema gestionale con modalità differenziate per ciascun target

BENEFICI

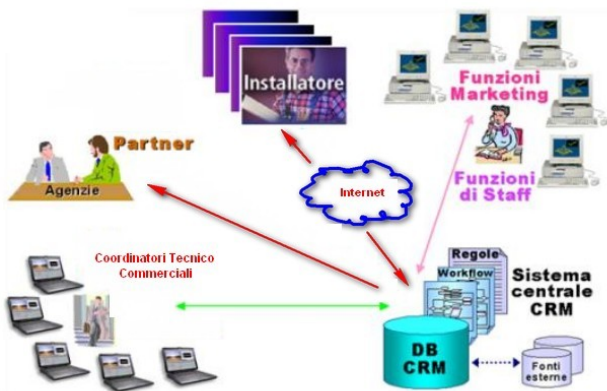
Creazione di un rapporto attivo e continuativo con i Clienti, gestione del flusso di tutti i componenti della domain chain mediante profili personalizzati, studio del comportamento dei Clienti in base al quale vengono create iniziative di marketing mirate e personalizzate

La Soluzione

Il sistema CRM per la fidelizzazione degli installatori di Bocchiotti è costruito sul modulo IET Solutions iSales per lo sviluppo delle Vendite e del Marketing ed è centrato su due processi - scelti da Bocchiotti - ciascuno dei quali comprende funzioni CRM analitiche ed operazionali correlate tra loro, per attuare azioni di sviluppo specializzate secondo le caratteristiche dei clienti destinatari. Bocchiotti ha infatti individuato due "processi marketing ripetitivi", che rappresentano applicazioni concrete del proprio piano di attività e che costituiscono modelli aziendali di iniziative replicabili nell'ambito della tematica di fidelizzazione degli installatori:

- » Processo "Iniziativa Promozionale" (applicato concretamente da Bocchiotti in occasione dei piani promozionali sui prodotti o sulle Aree di vendita)
- » Processo "Lancio di un Nuovo Prodotto" (applicato ad esempio nell'iniziativa "Lancio Centralini e Casette")

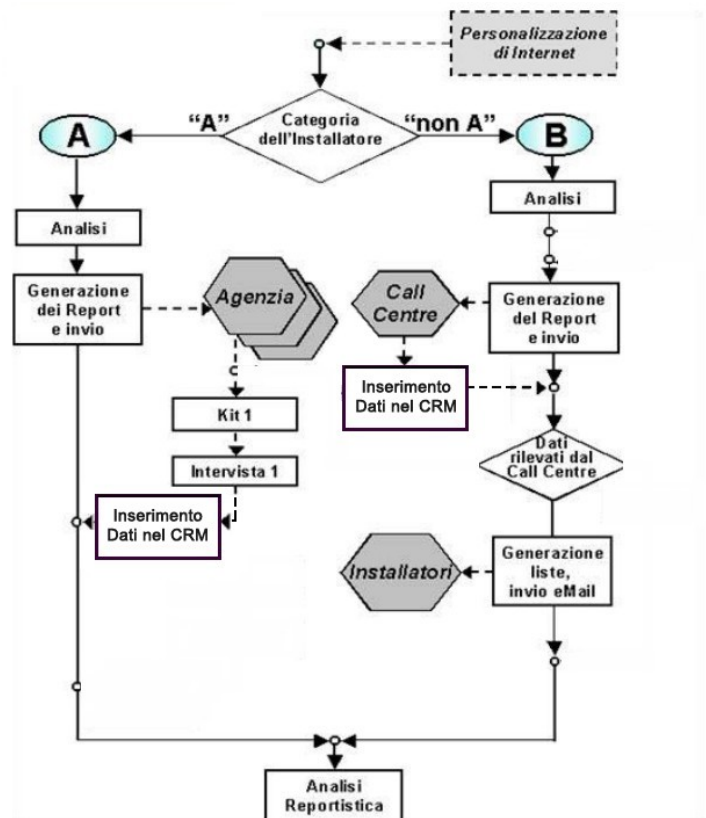
Il Sistema è basato sul Marketing Data Base che raccoglie i dati sui clienti, i partner distributivi (agenzie e distributori), i prodotti, gli eventi e le iniziative marketing di Bocchiotti. L'integrazione con l'ambiente gestionale mette a disposizione del CRM anche informazioni relative alle relazioni commerciali con i clienti e alle spedizioni dei prodotti dal magazzino di Bocchiotti ai distributori.



I due processi implementati nel progetto - sfruttando le funzionalità per la costruzione e la gestione delle Campagne Marketing proprie di IET Solutions iSales - costituiscono modelli replicabili multicanale ed interfunzionali. Ciascuno di essi vede avvicinarsi diverse tipologie di utenti che - secondo le rispettive responsabilità - concorrono all'attuazione del processo stesso svolgendo azioni tra loro complementari. Il gruppo di funzioni cui ciascun utente è abilitato è definito dal suo "profilo": il sistema riconosce l'utente che richiede l'accesso ed automaticamente gli presenta le funzioni e i dati a lui riservati.

Specifiche funzionalità applicative, corredate da apposite maschere, supportano e gestiscono:

- » l'inserimento nel sistema delle nuove informazioni e degli aggiornamenti
- » l'analisi e il monitoraggio dei clienti, dei loro comportamenti d'acquisto e delle loro relazioni con Bocchiotti, e la selezione dei segmenti di clienti a cui indirizzare le azioni differenziate
- » la gestione di un' "Area Riservata" nel sito web di Bocchiotti, che il sistema personalizza dinamicamente in funzione delle caratteristiche del cliente autorizzato che vi accede
- » la gestione di fasi operative che, nell'ambito dei processi, prevedono la collaborazione attiva dei partner di Bocchiotti nelle azioni sui clienti
- » l'invio automatizzato di e-Mail, anche in formato Html, e di Fax ai clienti e ai partner
- » l'analisi in tempo reale delle iniziative e dei risultati
- » l'estrazione di report e di grafici per le diverse esigenze di valutazione, informazione, controllo da parte del marketing, della rete di vendita e del management di Bocchiotti



Il processo "Lancio di un Nuovo Prodotto"

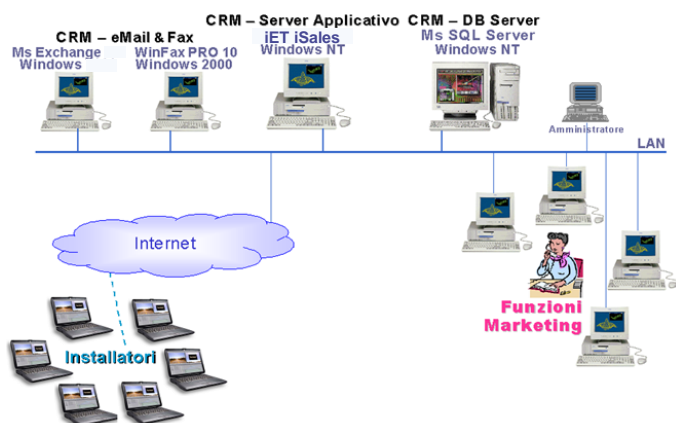
La Tecnologia

Il Sistema di CRM per Bocchiotti è stato progettato nell'ambiente iET Solutions iSales.

Il Data Base Server utilizza Microsoft SQL Server.

Il Sistema Operativo dei sistemi server (Server Applicativo e DB Server) è Microsoft Windows.

I sistemi client sono standard Microsoft.



I Benefici

- » Accrescere il presidio di Bocchiotti sul territorio sviluppando le relazioni con tutti i componenti della demand chain (rete distributiva e clientela finale) con modalità differenziate per ciascuno dei target.
- » Creare un rapporto continuativo ed efficace con tutti i Clienti finali, anche quelli non presidiati direttamente dalle agenzie, avvalendosi degli strumenti CRM per approfondirne la conoscenza e per personalizzare l'approccio (one-to-one marketing) in funzione del rispettivo segmento di appartenenza.
- » Studiare, sfruttando la conoscenza organizzata e ridistribuita dal CRM, il comportamento di acquisto di ciascun installatore per poter definire l'offerta e il supporto più appropriati da indirizzargli nel momento più opportuno.
- » Stimolare l'installatore all'acquisto, sfruttando le funzioni e i processi CRM, e fidelizzarlo nei confronti di Bocchiotti attraverso iniziative marketing, promozioni, incentivazioni personalizzate dinamicamente in funzione del suo profilo.