



AVVISO POR FESR LAZIO 2014/2020

Contributi per il sostegno dei processi di digitalizzazione delle imprese del Lazio

TITOLO DEL PROGETTO “CENTRAL VIEW – MGDR SRL”

CODICE PROGETTO
F89J21000200004

OBIETTIVO TEMATICO

Promuovere la competitività delle PMI, il settore agricolo e il settore della pesca e dell'acquacoltura

ASSE 3 – AZIONE 3.5.2.

Supporto e soluzioni ICT nei processi produttivi delle PMI coerentemente con la strategia di smart specialization, con particolare riferimento a commercio elettronico, *cloud computing*, manifattura digitale e sicurezza informatica

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'azienda MGDR opera nella Distribuzione Alimentare Organizzata al Dettaglio – DPO

Con il progetto Central view ha attivato un sistema di digitalizzazione atto ad implementare e migliorare l'organicità dei sistemi informativi a supporto.

L'Azienda ha implementato ed introdotto sistemi di Digital Marketing, volti a rispondere alle esigenze di una clientela evoluta come quella odierna.

Attraverso il sistema CRM (Customer Relationship Management) vengono immagazzinati i dati della clientela e la loro storia con il punto vendita e implementati una serie di processi, per fornire ai clienti valori addizionali alla vendita. La profilazione consente di svolgere azioni di marketing.

Vengono digitalizzati i processi di comunicazione con il cliente, con strumenti innovativi (totem evoluti, app, wi-fi) e l'ammodernamento dei tradizionali (box informazioni e contatto telefonico).

FINALITA'

Il progetto, denominato Central View, permette una visione completa ed unitaria del cliente e della relazione tra questo e il punto vendita.

La missione del progetto Central View è quello avviare un percorso progressivo di digital transformation per acquisire una maggiore e puntuale conoscenza della clientela del singolo punto vendita, offrire a quest'ultima servizi personalizzati e di qualità più elevata e quindi aumentarne il livello di soddisfazione e la fedeltà (loyalty).

RISULTATI

L'obiettivo è stato raggiunto mediante la digitalizzazione (digital transformation) dei principali processi di gestione della relazione cliente-punto vendita, dove per cliente si intende il cliente identificato, ovvero dotato di carta fedeltà (fidelity card).

La digital transformation interessa il processo di profilazione della clientela, sviluppato su più dimensioni in modo da poter identificare, in base a parametri specifici, dei gruppi di clienti omogenei (cluster) ed effettuare su questi azioni mirate di marketing. La profilazione consente anche di svolgere azioni di marketing indirizzate al singolo (marketing one-to-one).

Tutti i canali di comunicazione si integreranno all'interno del CRM per fornire una visione completa ed unitaria del cliente, delle sue preferenze e necessità.

In ultima analisi, la digital transformation consente al cliente di avere servizi personalizzati e migliori, nonché di divenire parte attiva del processo di miglioramento incrementale dei servizi stessi, ad esempio richieste di inserimenti in assortimento.

Nell'ambito dei servizi in-store, il cliente può fruire, di infrastruttura di connettività wi-fi, abilitante all'erogazione dei servizi.

SOSTEGNO FINANZIARIO RICEVUTO

11.250 EURO

Link CE:

www.europa.eu