



BREAKFAST CHANNEL

Martedì 3 dicembre 2019



CHANNEL

COME AUMENTARE LE VENDITE ARMONIZZANDO I CANALI B2B

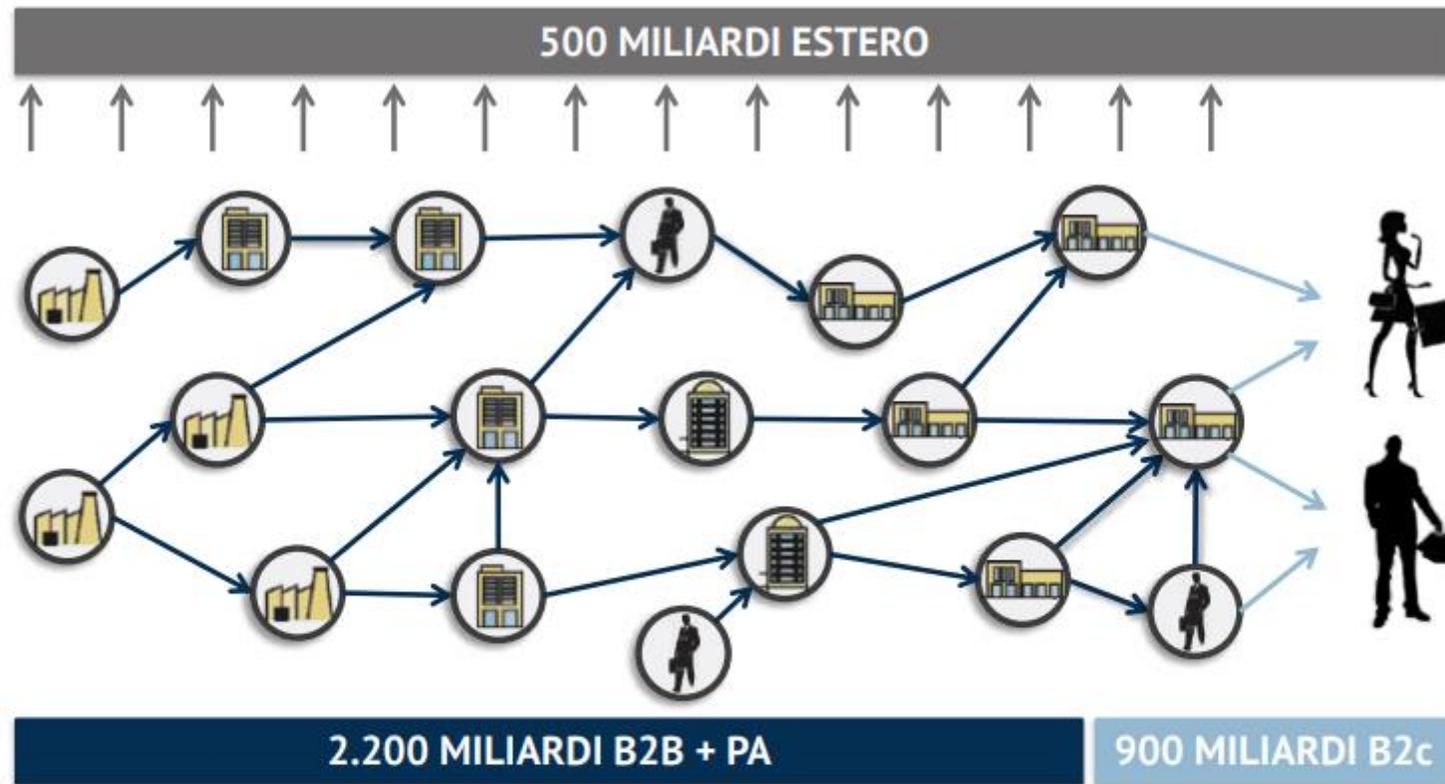
DIGITAL TRANSFORMATION

Migliorare processi produttivi e di vendita, integrando gli applicativi a disposizione dell'azienda e costruendo un flusso di informazioni e aggiornamenti efficiente.

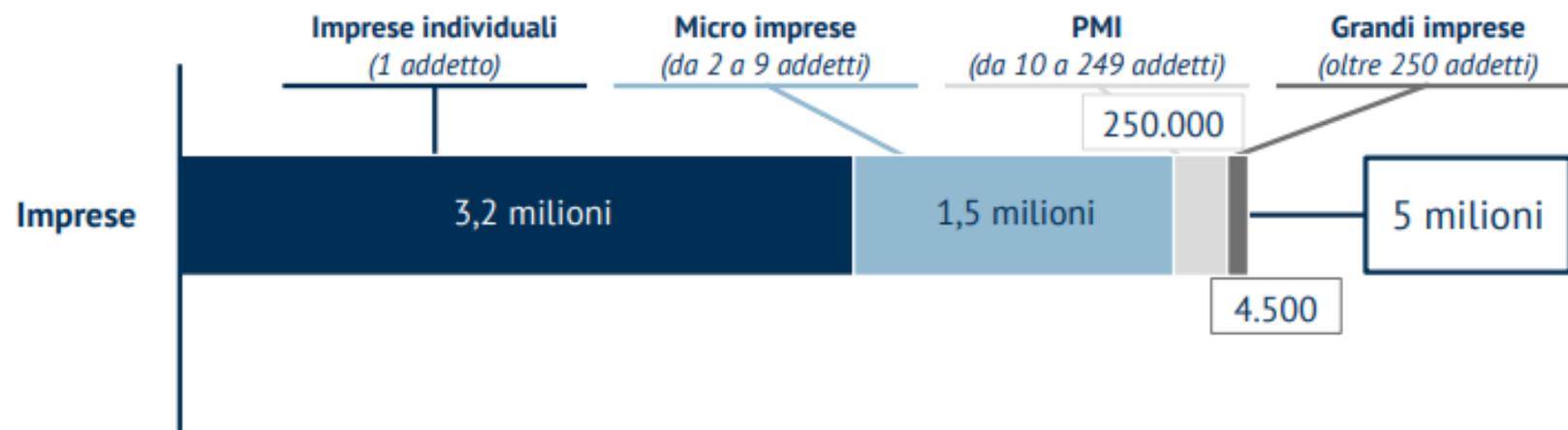
BUSINESS EXPERIENCE (BX)

- I **dipendenti soddisfatti** sono il 20% più produttivi e nelle vendite sale al 37% (Forbes, 2017)
- Aumenta il valore dell'azienda
- Aumenta la fidelizzazione con i clienti

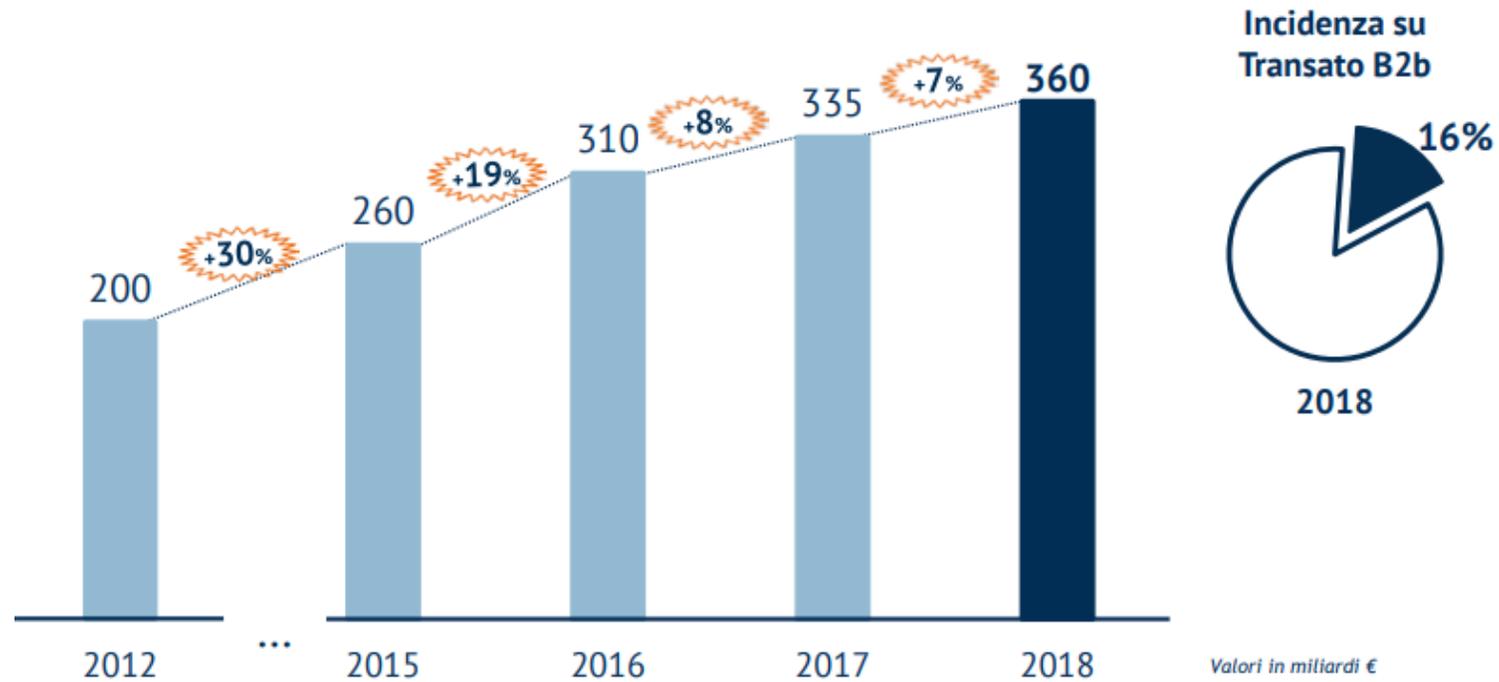
VALORE DEGLI SCAMBI COMMERCIALI DI AZIENDE ITALIANE



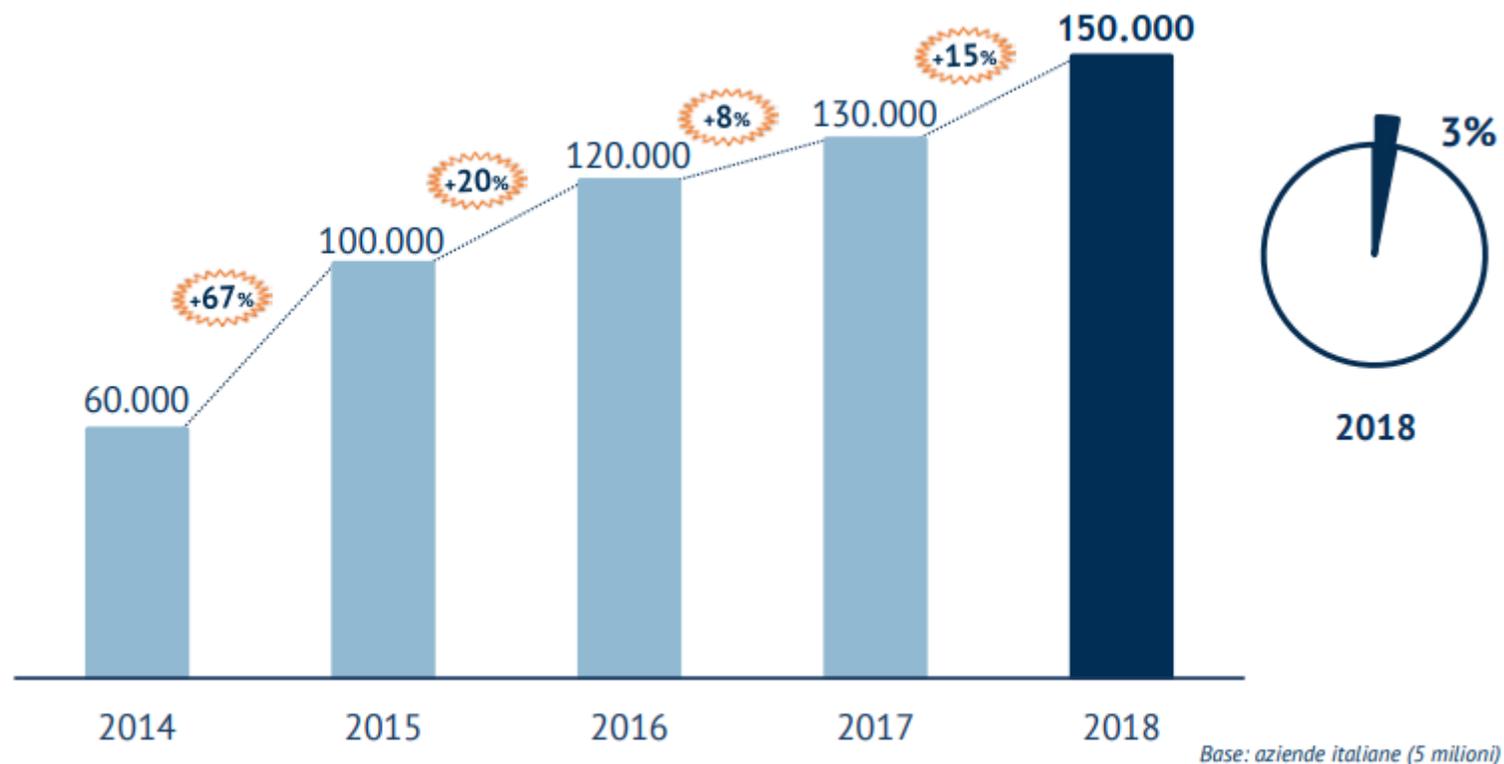
SUDDIVISIONE AZIENDE ITALIANE



VALORE DELL'E-COMMERCE B2B TRA AZIENDE ITALIANE



SOLO IL 3% USA CANALE E-COMMERCE





CHANNEL

IL VERO PROBLEMA



CHANNEL

È LA COMFORT ZONE



No alla propensione
all'investimento
digitale

Conflitto con
la rete tradizionale

Paura del
cambiamento

I CLIENTI HANNO GIÀ UNA ESPERIENZA B2C E SE LO ASPETTANO ANCHE NEL B2B





CHANNEL

IL PROCESSO DI TRASFORMAZIONE PASSA ATTRAVERSO 4 FATTORI PRINCIPALI



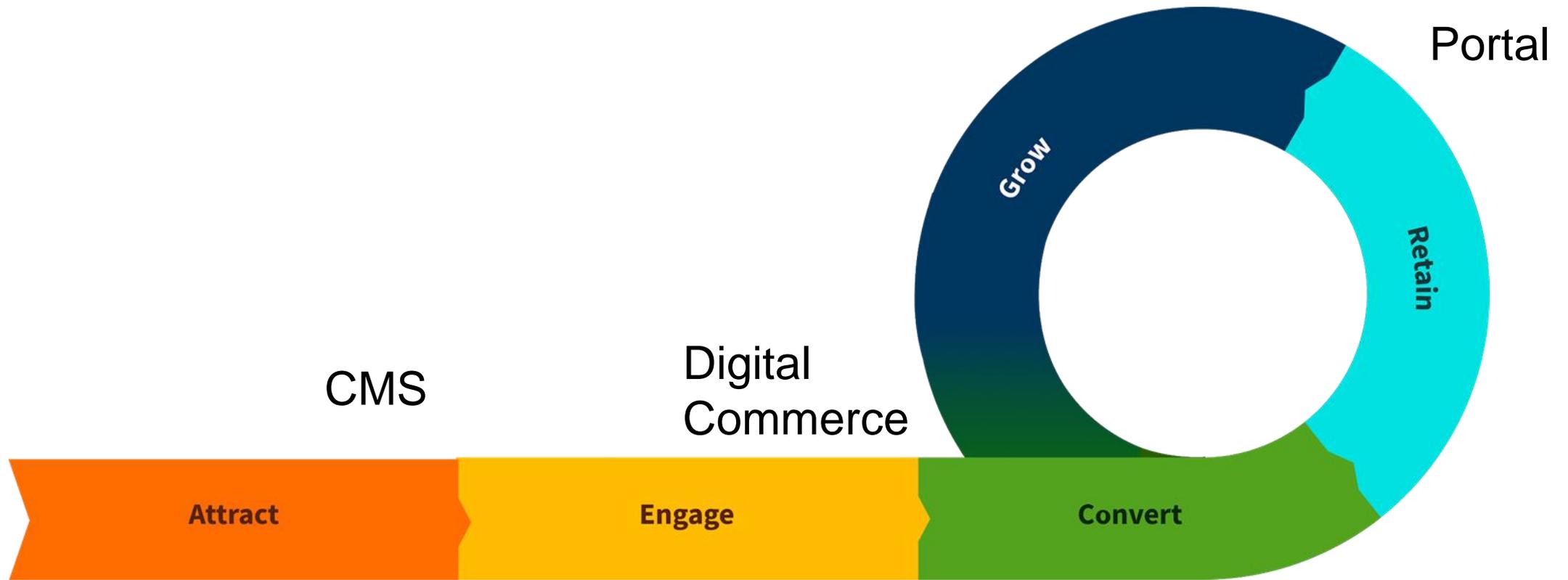
UX e coinvolgimento
del cliente nel brand

Integrazione
con ERP

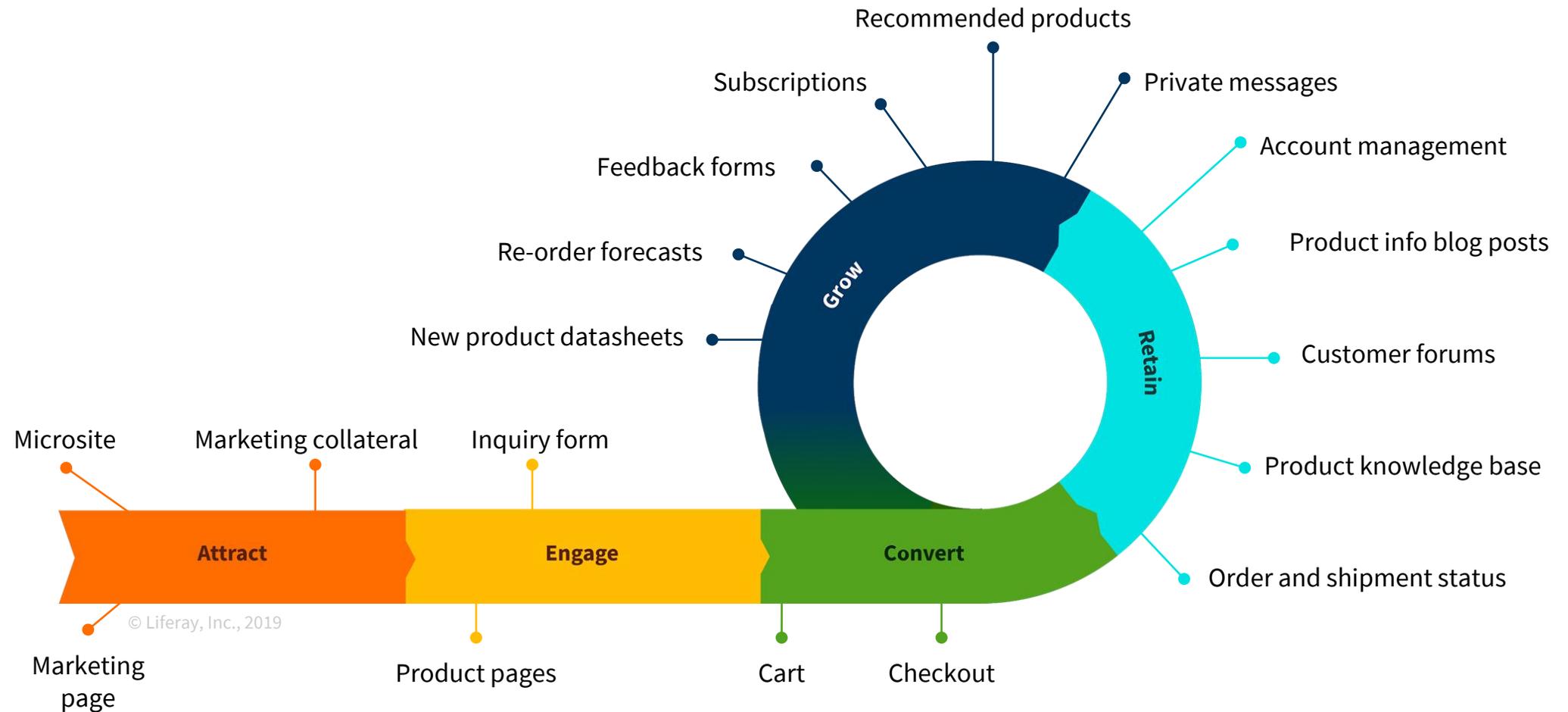
Performance
ed efficienza

Catalogo
prodotti
avvincente ed
immediato

DIGITAL COMMERCE RICHIEDE DIVERSE CAPACITÀ PER OGNI MOMENTO DELLA CUSTOMER EXPERIENCE



SERVE UNA PIATTAFORMA B2B DIGITAL EXPERIENCES CHE ACCOMPAGNI IL CLIENTE PER TUTTO IL CUSTOMER JOURNEY





CHANNEL

COMMERCE B2B

COMMERCE B2B

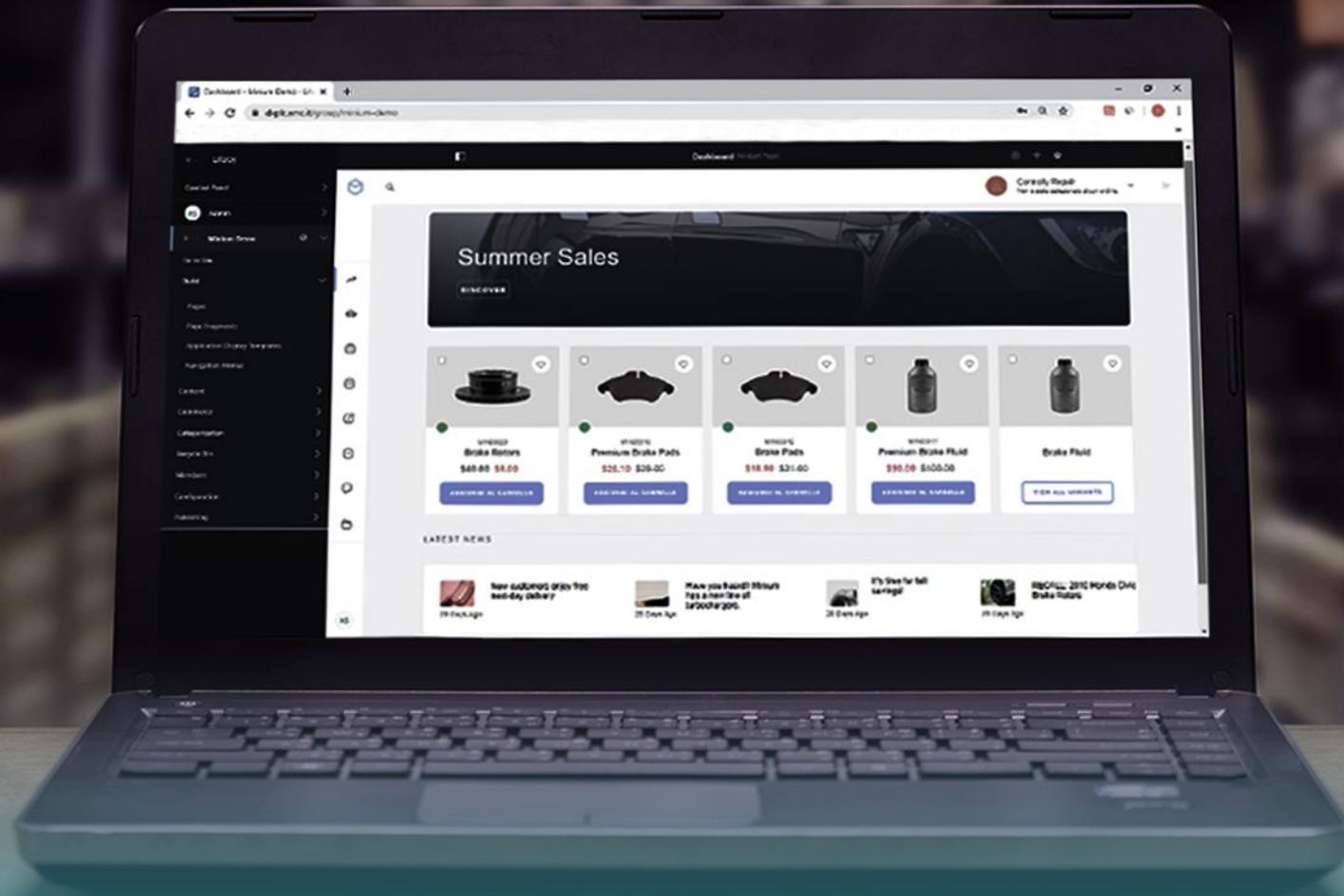
3 MODELLI DI BUSINESS

```
graph TD; A[3 MODELLI DI BUSINESS] --> B[Customer Portal B2B]; A --> C[Partner Portal B2B2X]; A --> D[Sales & Service Rep Portal];
```

Customer
Portal B2B

Partner
Portal B2B2X

Sales & Service
Rep Portal



B2B CUSTOMER PORTAL

B2B CUSTOMER PORTAL

Esigenza

- completare i canali di dialogo con i clienti
- offrire più possibilità di acquisto
- dare una esperienza personalizzata
- aumentare le vendite cross-selling up-selling
- conquistare nuovi clienti e nuovi mercati





B2B PARTNER PORTAL

B2B PARTNER PORTAL

Esigenza

- ottimizzare il customer service
- semplificare gli acquisti ricorrenti
- aiutare il partner nella vendita
- semplificare la gestione dei listini e condizioni con i distributori
- aumentare le vendite cross-selling up-selling
- gestire e semplificare le richieste di quotazioni, special bid





SALES & SERVICE
REPORTAL

SALES & SERVICE REP PORTAL

Esigenza

- aiutare la forza vendita nella proposizione
- aggiornare in tempo reale la forza vendita dell'andamento per cliente
- branding
- semplificare il processo di approvazione dell'ordine





PERCHÈ SCEGLIERE OPEN SQUARE COMMERCE

La soluzione nasce dall'esperienza di oltre dieci anni di sviluppi e progetti DXP che ne garantiscono la alta affidabilità e il know how.

Commerce è ricco di funzionalità standard che consentono in tempi ridotti di essere on-line ed è in continua evoluzione.



CHANNEL

SI INTEGRA FACILMENTE CON I
SISTEMI LEGACY E STRUMENTI
ADOTTATI DALL'AZIENDA

I BENEFICI IN 4 PUNTI

1

Incremento
efficienza
aziendale

2

Incremento
immagine
aziendale

3

Consolidamento
relazione con i
Clienti-Partner

4

Incremento e
presidio quote di
Mercato

1

Riduzione tempi di chiusura dell'ordine:

- si automatizzano i processi di vendita
- si aiuta la forza vendita
- si gestiscono picchi di vendita in maniera ottimale
- si rendono più facili e meno intricati i modelli di prezzi e configurazione

Riduzione tempo medio di incasso:

- riduzione errori che ritardano il pagamento
- aumenta il grado di soddisfazione del cliente

Riduzione costi di gestione dell'ordine automatizzando il processo

1

Mettendo on line una interfaccia efficiente ed intuitiva per il compratore

- si semplifica la creazione di un preventivo
- si riducono i tempi di risposta ad un preventivo
- si ottimizzano i processi approvativi

Si possono applicare delle policy e procedure standard che assicurano dei benefit in termini di:

- massimo controllo sui termini e condizioni applicate per ogni cliente
- riduzione delle responsabilità di accordi non conformi alla policy aziendale

2

Offrendo il touchpoint sito o app, l'azienda può:

- offrire una ricca esperienza di acquisto centrata sui bisogni del compratore
- aumentare la fidelizzazione del cliente
- aumentare la visibilità aziendale
- aumentare le vendite tramite (SEO e SEM)

3

Uso di tools che permettono al marketing e merchandising di sviluppare campagne di:

- cross selling e up selling
- promozioni

Permettere al cliente di gestire ordini ricorrenti

Semplificare il processo di acquisto

Mantenere sempre aggiornato il cliente

Ottimizzare il Customer Service

4

Capacità di conquistare nuovi clienti che ricercano attraverso il web

Completare i canali di dialogo con il clienti:

- offrendo più possibilità di acquisto
- prevenendo ed evitando perdite di clienti stando sempre al passo con i tempi



BREAKFAST CHANNEL

Grazie



Segui @RIOS_opensource



<http://www.reteitalianaopensource.net>