



Si prega di compilare la scheda rispettando il limite massimo di 5000 caratteri, spazi inclusi

PROMOJECT: PIANIFICARE COLLABORANDO

Descrizione della problematica o del bisogno nell'azienda o pubblica amministrazione utente.

Di.Tech presenta un progetto di digitalizzazione dell'intero processo di pianificazione promozionale in un'azienda della grande distribuzione.

Il cliente che per primo ha scelto di adottare la soluzione Promoproject è Conad Adriatico, una delle 7 cooperative del Consorzio Conad che opera in diverse regioni del centro Italia (Marche, Abruzzo, Molise, Basilicata e Puglia) con 368 punti vendita e 963 milioni di € di fatturato ed alcuni anni fa ha espanso il proprio territorio al di là dell'Adriatico in Albania e Kosovo.

L'azienda ha deciso di intervenire sul processo promozionale perché la definizione del piano annuale è da sempre un percorso molto complesso che abbraccia diversi ruoli aziendali e riguarda molteplici canali di vendita. Inoltre, il mondo promozionale è uno dei pochi ambiti aziendali gestito ancora per funzione, e non per processo, spesso al di fuori dei sistemi informativi aziendali.

Conad Adriatico ha scelto di avviare questo progetto con l'esigenza principale di gestire, con un unico strumento, e valutare l'efficacia promozionale sia in logica verticale (stesso canale nella stagione) che orizzontale (confronto tra canali diversi) senza perdere di vista il prodotto finale, il volantino, la loro vetrina verso i clienti.

Un'altra importante esigenza, a cui l'azienda voleva dare risposta, era il coordinamento delle attività di tutte le funzioni aziendali coinvolte, in unico piano operativo condiviso e disponibile in tempo reale.

La soluzione Promoproject ha risposto alle loro necessità di gestire e monitorare in tempo reale il processo di realizzazione dell'intero piano promozionale annuale, integrando le funzioni di supporto alla negoziazione con i fornitori, nella fase di definizione delle varie campagne promozionale, e gli strumenti a supporto del marketing per la creazione e l'impaginazione del volantino e per la gestione del timing dell'intero processo.



Descrizione della soluzione tecnologica (tecnologie usate, architettura, ecc.).

Il prodotto è stato sviluppato grazie ai più recenti e innovativi standard tecnologici per garantire una user experience coinvolgente ed accattivante. È basato su un'interfaccia utente di tipo "single page application", la quale interagisce con le logiche di back-end attraverso web service REST in architettura Java/Oracle.

Grazie a questa architettura il prodotto è anche in grado di interfacciarsi con logiche di business in ambienti legacy.



Descrizione del progetto di implementazione - complessità, tempi, aspetti organizzativi, costi, ecc.

Dal punto di vista organizzativo Conad Adriatico non ha cambiato il processo. Ciò che è riuscita a realizzare, grazie alla copertura funzionale e alla semplicità di utilizzo di Promoject, è stata l'adozione di una metodologia di lavoro condivisa a cui tutti i contributori si sono facilmente adeguati.

Promoject, infatti, è stato progettato per adeguarsi alle diverse metodologie di lavoro applicate dalle aziende retail. Questa caratteristica ha consentito a Conad Adriatico di configurare e utilizzare la soluzione sul proprio processo attuale in soli 3-4 mesi, posizionando in una seconda fase progettuale l'attività di change management che consentirà di rivedere l'organizzazione funzionale del processo.

L'azienda ha investito in questo progetto all'incirca 100k.



Descrizione dei principali benefici raggiunti dall'azienda o pubblica amministrazione utente.

Conad Adriatico è riuscita a velocizzare il processo di pianificazione e quindi ad aumentare l'efficienza interna. I category manager oggi sono guidati nella redazione del loro piano ed impiegano meno tempo sia nella compilazione del volantino, che nelle fasi di contrattazione con i fornitori.

Grazie alla funzione di gestione integrata del menabò del volantino, il marketing è riuscito ad anticipare i tempi per la valutazione della bozza e per l'invio alle agenzie di stampa.

È anche migliorato il controllo del processo grazie alla maggior collaborazione tra le aree commerciali e marketing dell'azienda, diminuendo gli errori dovuti alle attività offline e di conseguenza aumentando la qualità dei dati.

Descrizione degli elementi distintivi e di reale innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento a soluzioni «concorrenti».

Promoject è una soluzione online e completamente integrata con i sistemi aziendali e utilizzabile contemporaneamente da tutte le figure coinvolte.

Risponde alle necessità commerciali e marketing dell'azienda distributiva che servono per lo svolgimento dell'intero processo di pianificazione delle promozioni.

Promoject consente di gestire un processo molto complesso ed articolato in maniera semplice ed organizzata.

È la prima soluzione di mercato che, nata dalle esigenze dell'area commerciale, consente al retailer di integrare in una unica piattaforma anche le funzioni del marketing e di digitalizzare l'intero processo di pianificazione promozionale.