

SGM Distribuzione

1.1 Fare di più con meno



Riduzione dei costi e clienti più soddisfatti con una strategia multicanale supportata da IBM.

Esigenza di business

SGM Distribuzione distribuisce in Italia materiale elettronico ed elettrodomestici per uso familiare attraverso una rete di quasi 70 punti vendita di medie dimensioni. Con la sede principale situata a Forlì, impiega circa 1.500 dipendenti ed ha un fatturato di circa 690 milioni di Euro. Nella distribuzione al dettaglio, la differenziazione dai concorrenti sta sempre più crescendo, in quanto i consumatori hanno moltissime possibilità d'acquisto, sia online sia presso i centri di vendita. Attualmente, al fine di differenziarsi, le aziende del settore hanno principalmente preso in considerazione il prezzo. Ma questa è una strategia limitata, che può portare ad un'erosione dei margini di profitto e che, in generale, ostacola la crescita. SGM Distribuzione crede che la chiave per una differenziazione sostenibile risieda in una significativa e specifica immagine da dare al cliente durante ogni interazione tra questi ed il punto vendita, dovunque e comunque di manifesti (visita del cliente, modalità di acquisto, eventuale cambio merce). Focalizzandosi su servizi di alta qualità, SGM Distribuzione pensa di poter aumentare la fidelizzazione del cliente e la sua soddisfazione.

Soluzione realizzata

Per supportare la nuova strategia multicanale, IBM GBS ha collaborato con SGM per determinare un quadro di riferimento strategico nell'analisi e nello sviluppo di una soluzione più intelligente: un nuovo formato del punto vendita organizzato attorno al cliente e capace di lasciare in lui un'immagine ottimale dell'azienda.

Un nuovo sistema POS (Point-of-Sales), basato su unità IBM AnyPlace Kiosk ed IBM AnyPlace POS, è il fulcro centrale della nuova soluzione. Oltre 1.000 sistemi POS, installati nei circa 70 punti di vendita, sono in grado di supportare una serie di tecnologie innovative che inducono nei clienti un'immagine di SGM estremamente innovativa e accattivante:

- etichette elettroniche, collegate con i POS in modalità "wireless", aggiornano automaticamente i prezzi di vendita, la descrizione dei prodotti, promozioni attive e sconti praticati;
- SGM può focalizzare uno specifico cliente sulla base dei suoi comportamenti d'acquisto e spedirgli un'email o un messaggio (MMS o SMS) con significative promozioni riservate solo a lui e che possono essere attivate scaricandole sul POS direttamente dal cellulare;
- la carta-fedeltà permette al cliente di collegarsi con il punto vendita (via Webcam) per avere informazioni sui prodotti disponibili, per ricaricare le carte telefoniche, per ordinare la spesa;
- la firma digitale (realizzata nei punti vendita SGM) permette ai clienti di ottenere "digital coupon" direttamente sul proprio cellulare, gestiti in tempo reale dalle casse;
- SGM può tenere sotto controllo il flusso dei clienti, rilevando dove si recano e quanto spendono in specifiche aree di vendita, attraverso videocamere. In tal modo è possibile costruire un vero e proprio sistema CRM (customer relationship management) che aiuta l'azienda ad ottimizzare le strategie di marketing e le operazioni di gestione delle linee di prodotto.

Benefici ottenuti

Per SGM, la soluzione IBM ha generato molti vantaggi:

- una migliore soddisfazione del cliente ed un aumento della fidelizzazione;
- una grande disponibilità di informazioni per ottimizzare le strategie di marketing;
- un notevole risparmio sui costi di aggiornamento della prezzatura dei prodotti.

Per maggiori info: ibm.com/software/it/eldorado

**SGM Distribuzione
Forlì, Italia**

