

# IBM Software Network 2013

## Fare partnership con il Software IBM

Roma, 24 - 25 gennaio 2013

Soluzioni per una Customer Experience

- efficace e appagante

· *Eugenio Barozzi Channel & ICS Technical Manager*





## · AGENDA

- Il portale: storia di una vision
- Cosa ha scritto chi e quando? La gestione dei contenuti
- Posso usare il mio tablet? La gestione dei dispositivi mobili
- 11:00 Break
- Freeze police - La sicurezza
- **Scotty beam me up: trasformare un e-commerce in un \$ocial commerce**



***“This 'social commerce' is creating new and more meaningful ways for retailers to interact with customers. Search, communication and community have the potential to have an even more powerful impact on commerce when closely tied together.”***

***~Ken Goldstein, CEO of Shop.com***

# Cosa è il Social Commerce?

Un applicazione del Social Networking ai nuovi concetti di Commerce e Marketing

Investire nella costruzione di una comunità sempre più interconnessa tra i clienti attuali e i clienti futuri

Coinvolgere i clienti nella commercializzazione dei vostri prodotti al posto vostro e capire come migliorare il prodotto e l'esperienza di acquisto.

Il Social Commerce è il concetto word-of-mouth, applicata al commercio elettronico.

Social Commerce è un fenomeno nuovo che si e' abbattuto sul mondo dell' e-commerce come una tempesta.

Alcuni anni fa, Facebook, Twitter, YouTube e LinkedIn non erano termini comuni nel nostro vocabolario.

Pochi avrebbero potuto prevedere quanto le tecnologie sociali sarebbero diventate fondamentali non solo online, ma anche nella nostra vita quotidiana.

# Cosa vogliono i nostri clienti ...

Informazioni su di noi  
Community/Social network  
Ritorno al "passa parola"  
Trasparenza nelle vendite  
Diffidenza di marketing

Che cosa significa.. ?

*Clienti più esigenti*

*Clienti Unpredictable*

*Guadagna la fiducia del tuo*

*cliente*



Facebook is a **social utility** that **connects you** with the people around you.



The screenshot shows a Facebook profile for Kathryn Orland. The profile includes a profile picture, a cover photo, and various sections of information:

- Information:** Name: Kathryn Orland, Member Since: August 2, 2005, Last Update: November 10, 2005.
- Basic Info:** Geography: Seattle, WA; School: Oregon '05; Status: Alumnus/Alumna; Sex: Female; Concentration: Journalism: Magazine; Japanese; 10/16/1982; Home Town: Bellevue, WA 98006; High School: Newport High School '00.
- Contact Info:** Contact Email: ortland@gmail.com, School Email: kortland@uoregon.edu, Website: http://www.numne.com.
- Personal Info:** Looking For: Whatever I can get; Interested In: Women, Men; Relationship Status: In a Relationship; Political Views: Liberal; Interests: Photography, computers, hiking, scuba, Japan.
- Professional Info:** Job: Rising star at SEOmooz.org.

Other visible elements include a search bar, navigation links (My Profile, My Friends, My Photos, My Groups, My Events, My Messages (1), My Account, My Privacy), an Oregon Flyer advertisement, and a list of friends (Reiner Heyden, Micah Serdel, Erin Akagi).

ira

struttura

# Comunicazione globale alle vendite..

Punti di accesso multi-channel.

Il sito WEB e' il primo punto di  
accesso alle nostre informazioni

Sempre collegati

Potere della nuvola

Getione delle vendite Multi tasking

Che cosa significa ?

*Coerenza*

*Adattabilità*

*Risposte certe*

### 3. Access Proliferation



- Video games
- Email
- Xbox LIVE
- Websites
- IM
- Search
- Radio
- DVD
- Ring Tones
- TV
- Blogs
- Magazines
- Satellite Radio
- TiVo (Starhub PVR)
- Video On-Demand
- Newspapers
- Podcasting
- Cell Phone

Source: Darwin Day Conference, Google

struttura

- Sesto livello

struttura

- Settimo livello

struttura

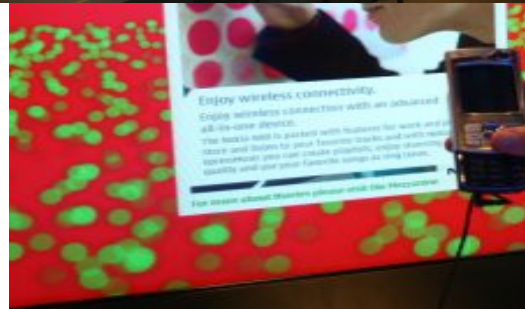
- Ottavo livello

## Una nuova esperienza...

Multipli punti di contatto  
Il nostro Brand e' nelle mani  
del cliente  
Valutare l'immagine, il  
messaggio e l'esperienza per  
definire il valore del marchio

### Che cosa significa?

Capire le aspettative dal punto  
di interazione  
*Collegare tra loro in modo  
continuo i punti di interazione  
con il cliente.*



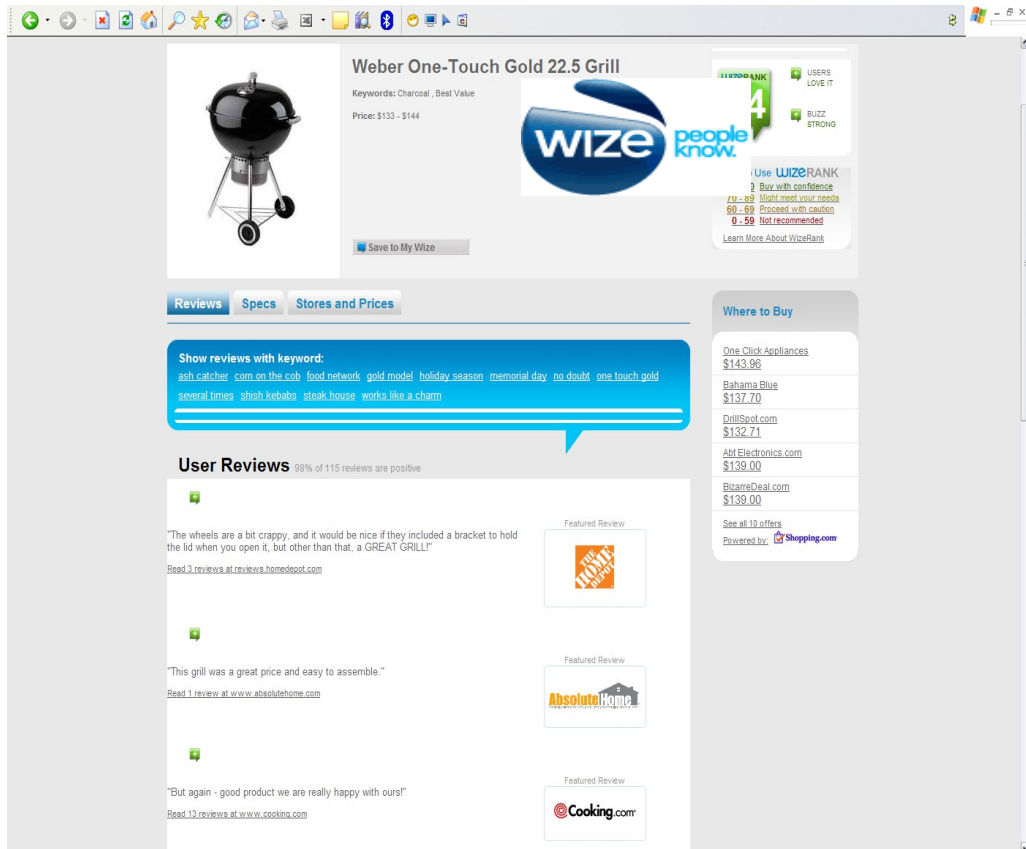


# Essere partecipativi...

- *Interagire*
- *Collaborare*
- *Blogging/Wiki*
- *YouTube*

## Che cosa significa?

- *Usare le informazioni per migliorare il prodotto e la vendita*
- *Semplificare*
- *Essere presi in considerazione*



**Weber One-Touch Gold 22.5 Grill**

Keywords: Charcoal, Best Value  
Price: \$133 - \$144

**WIZE** people know. **4**  
USERS LOVE IT  
BUZZ STRONG

Use WizeRANK  
Buy with confidence  
Hot! Meet your needs  
60 - 69 Proceed with caution  
0 - 59 Not recommended  
Learn More About WizeRank

Save to My Wize

Reviews | Specs | Stores and Prices

**Show reviews with keyword:**  
ash catcher com on the cob food network gold model holiday season memorial day no doubt one touch gold several times shish kebabs steak house works like a charm


**User Reviews** 98% of 115 reviews are positive

Featured Review  
"The wheels are a bit crappy, and it would be nice if they included a bracket to hold the lid when you open it, but other than that, a GREAT GRILL!"  
Read 3 reviews at [reviews.homedepot.com](#)

Featured Review  
"This grill was a great price and easy to assemble."  
Read 1 review at [www.absolutehome.com](#)

Featured Review  
"But again - good product we are really happy with ours!"  
Read 13 reviews at [www.cooking.com](#)

**Where to Buy**

One Click Appliances	\$143.96
Bahama Blue	\$137.70
DrillSpot.com	\$132.71
ABT Electronics.com	\$139.00
BizrateDeal.com	\$139.00
See all 10 offers	
Powered by:	 Shopping.com

# L'evoluzione del multi-canale...in vendita al dettaglio sociale

  
Web 1.0

  
Web 2.0

  
Web n+  
Store  
Phone

Driving customer to  
website

Being part of the  
conversation

Engaging where the  
customer is

The 4 P's

- Product
- Price
- Promotion
- Place

The 4 C's

- Content
- Connectivity
- Community
- Commerce

The 4 E's

- Engage
- Experience
- Enhance
- Emotion

Product or Service

Engagement  
Marketing Tools

Brand as  
Relationship



I nostri clienti sono tutti connessi fra di loro ...

22%

Del tempo online viene  
speso sui Social media.

90%

Dei consumatori crede e segue le  
raccomandazioni online.

I nostri clienti sono contenti di essere una **persona** per voi..

85%

Crede che i Social Network fanno risparmiare tempo negli acquisti

56%

Vuole incrementare la gestione del suo ordine in modo self-service.

# I nostri clienti continuano a cambiare ...



**Millennials: 15 - 35**



**Gen X: 36 - 50**

**Boomers: 51 - 69**



**Traditionals: 70+**



## Gli Shopper di oggi si basano su “Word of Mouth” (WOM)

In uno studio recente si e' evidenziato che :

78% ha risposto che WOM è la principale fonte di informazione nella loro decisione.

84% dei clienti con budget superiore ai 150.000 \$ annui si basano sulle valutazioni dei prodotti per prendere la loro decisione.

91% delle madri ritengono fondamentale il giudizio delle altre madri per prendere la loro decisione commerciale

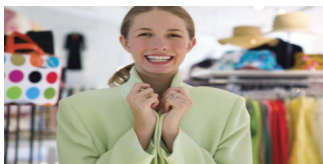


## Social Commerce ... Far partecipare le persone all'evoluzione del tuo BRAND !!

- Trovare nuovi clienti e renderli partecipativi
- Dare loro un motivo per tornare sul vostro sito e spendere un po' di tempo nella navigazione dei contenuti.
- Far conoscere il “carattere del tuo brand” ai clienti
- Fornire tutte le informazioni necessarie per ricercare, confrontare, prendere una decisione e completare la transazione di vendita con voi.

# Cosa fare per avere successo e aumentare le performance ...

Mettere il vostro  
cliente al centro



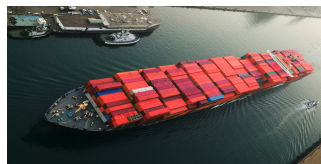
Anticipare e  
gestire le  
richieste Mobile



Essere veloci e  
rispondere in  
tempo reale.



Ottimizzare le  
forniture in base  
alla richiesta



Gestire in modo  
sincronizzato le  
informazioni dell'  
ordine.





# IBM mette il cliente al centro del ciclo di vendita...



## Buy

*Adaptive procurement and optimized supply chain*

## Market

*Targeted and personalized marketing across all channels*

## Service

*Anticipate behavior and deliver flawless customer service*

## Sell

*Seamless cross-channel customer experience*

## Smarter Commerce ... mobile and social ovunque...

**Consente il monitoraggio dei processi di vendita attraverso i cellulari.**

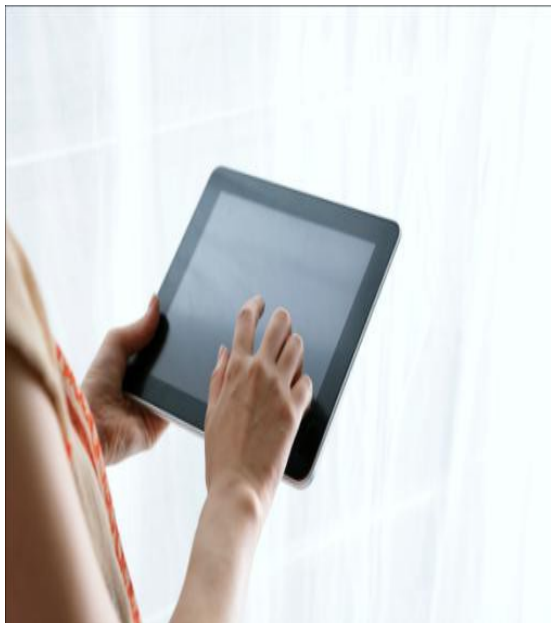
**Consente offerte con messaggi mirati in base alla vostra posizione.**

**Gestione delle scansioni dei codici a barre, i "Mi Piace" di Facebook e la ricerca vocale.**

**Predire il comportamento monitorando canali sociali.**

*Trasformare l'esperienza del cliente, integrando le capacità sociali e mobile in tutto il life cycle di vendita.*

## Transforma l'esperienza del tuo cliente ...



**\$27**  
*billion*

**Top 500 Internet  
Retailer utilizzano  
IBM WebSphere  
Commerce software**

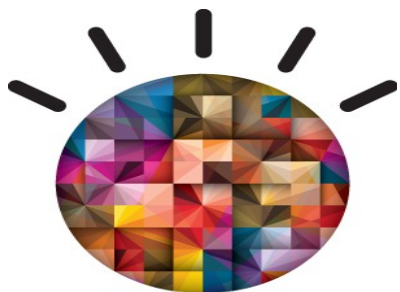
**2,500** i clienti che in tutto  
il mondo dipendono  
le nostre soluzioni  
di marketing

**\$100**  
*billion*      **14**  
*million*

i Clienti che in tutto  
il mondo  
dipendono dalle  
nostre soluzioni di  
Commerce.

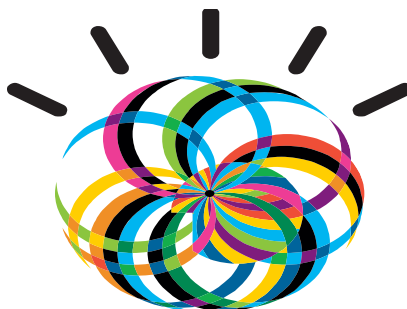
Combinazione  
Prodotti - Servizi  
che sono ordinati  
via commerce dai  
nostri clienti.

Catturare questa occasione inizia con la capacità di soddisfare un insieme di esigenze fondamentali



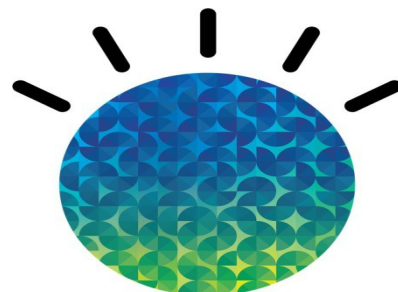
Smarter Analytics

Turning information  
into insights



Social Business

Connecting and  
empowering people



Smarter Commerce

Putting the customer at the  
center of the business