



La Società Generale Delle Acque Minerali Lete e Prata, Italia



Settore
Vendite

Soluzione
Assistenza alle vendite

Esempi di soluzioni

- Palmari palmOne Zire™
- Trasmissione dati tramite telefono cellulare e modem palmOne
- Software di raccolta dati sul palmare
- Fotografie digitali dei prodotti

Architettura IT

- Software PalmoSoft PalmoSync
- Server IBM FTP
- Interfaccia database SQL
-

Maggiore competitività grazie alle soluzioni palmari di vendita

“Ci affidiamo alla business intelligence per ottenere vantaggi sulla concorrenza. Per questo motivo avevamo bisogno di una soluzione palmare in grado di fornire dati sempre pronti all'uso e aggiornati”.

Gianni Simonelli, CIO di Acqua Lete.

Il contesto

Società Generale Delle Acque Minerali produce due delle più famose marche di acqua minerale in Italia: Acqua Lete e Acqua Prata.

Le proprietà benefiche dell'acqua frizzante naturale Lete sono riconosciute da oltre un secolo. In tempi recenti, la compagnia è cresciuta fino a diventare una delle maggiori marche nazionali e continua a espandersi oltre i confini italiani.

La sfida

In uno dei paesi più famosi per la propria acqua minerale, i due marchi affrontano una concorrenza spietata per conquistare maggiore spazio nella vendita al dettaglio. Nell'ambito dei canali di distribuzione, dalle grandi catene di supermercati, fino ai negozi più piccoli, le vendite della compagnia dipendono dalla presenza effettiva del punto vendita e dal lavoro di marketing.

L'opportunità

È responsabilità dei merchandiser della compagnia garantire l'effettiva distribuzione e la conformità alle diverse campagne pubblicitarie della

compagnia. Inoltre i merchandiser, hanno il compito di controllare le condizioni del mercato e di aggiornarsi continuamente sulle campagne di marketing della concorrenza.

Fino a poco tempo fa, queste attività richiedevano molto tempo e venivano generalmente svolte tramite rapporti inviati via fax alle diverse sedi. Tutto ciò era reso ancora più difficile dalla complessità della rete di distribuzione della compagnia.

Di pari passo con la crescita dei marchi, i merchandiser e il reparto marketing si trovarono sommersi dalla mole sempre maggiore di dati raccolti. Inoltre, poiché la raccolta era effettuata manualmente, era molto difficile compilare rapporti accurati in poco tempo.

La soluzione

Acqua Lete sapeva che era necessario automatizzare questa procedura davvero importante ma di difficile attuazione.

Pertanto, contattò PalmoSoft, un integratore di sistemi italiano specializzato nelle soluzioni per palmari. “Abbiamo esposto le nostre richieste al primo incontro

La Società Generale Delle Acque Minerali Lete e Prata, Italia



e loro [PalmoSft] ci hanno fornito in tempi molto brevi il tipo di soluzione giusto per noi", aggiunge Gianni Simonelli, CIO di Acqua Lete. In effetti, la soluzione PalmoSft combina il software di acquisizione e trasferimento dati PalmoSft con i palmari palmOne.

La chiave di questa soluzione è il palmare palmOne Zire 71, scelto per la fotocamera incorporata, e la batteria di lunga durata e l'interfaccia semplice. Alcuni palmari Zire 71 sono dotati di modem palmOne, mentre altri sono stati configurati per trasferire dati tramite il telefono cellulare dell'utente.

L'applicazione dei palmari PalmoSft consente ai merchandiser di acquisire una vasta gamma di dati sui punti vendita. Inoltre, gli utenti possono anche scattare e trasferire foto. Questa funzione è particolarmente utile per verificare la conformità delle campagne promozionali e durante il monitoraggio della concorrenza.

I dati e le foto vengono trasferiti durante il giorno alle sedi di Acqua Lete dove vengono integrati automaticamente nel database di marketing della compagnia. "Abbiamo un database da cui possiamo recuperare statistiche e tendenze riguardanti la determinazione dei prezzi, le promozioni e le politiche commerciali", spiega Gianni Simonelli.

L'intero progetto è stato pensato e messo in opera in due mesi e ha richiesto un breve periodo di

addestramento e pochissima assistenza, grazie al software semplice da utilizzare e ai palmari palmOne.

I vantaggi

Il vantaggio principale per Acqua Lete è risultato essere una maggiore reattività. Il reparto marketing ora è in grado di produrre rapporti aggiornati in tempi brevissimi. Le campagne promozionali possono essere migliorate "al volo". In particolare, possono presentare un rivenditore al dettaglio con la prova fotografica di una mancata conformità, quando ciò diventa necessario.

La reattività ha aumentato anche la competitività dell'azienda. "Ora possiamo vedere cosa accade durante la vendita al dettaglio, grazie a una raccolta dati in tempo reale e al valore aggiunto delle foto digitali", spiega Gianni Simonelli.

Inoltre: "L'applicazione e l'uso dei palmari sono talmente semplici che i nostri merchandiser non commettono più un errore. Ciò ha migliorato la precisione dei dati".

"Siamo davvero soddisfatti di questa soluzione. Tutti i nostri merchandiser, che erano molto scettici al riguardo, hanno cambiato idea. Questa soluzione ha diminuito il loro carico di lavoro;

inoltre, i costi sostenuti si ammortizzeranno nel giro di un anno e consentiranno a Acqua Lete di risparmiare circa €20.000 all'anno.

Lete
dal 1893



palmOne

www.acqualetete.com
palmosoft.com
www.palmone.com/europe/