

bofrost*

Titolo progetto: “NUOVI PROCESSI DISTRIBUTIVI E NUOVI MODELLI ORGANIZZATIVI E GESTIONALI NELLA VENDITA DIRETTA POST COVID”

Spesa ammessa a contributo € 667.444,40 - Contributo concesso € 150.000,00

CUP: D49J21001910007 - COR: 5100525

Bando POR FESR 2014 – 2020 Attività Bando 1.2.a.1 - DGR n. 991/2020

DESCRIZIONE

Il progetto si divide in tre parti:

1. La comprensione e quindi la capitalizzazione di quanto emerso dal periodo pandemico causato dal Covid-19 nel comportamento dei clienti di bofrost* e la definizione delle linee guida del modello target su diversi ambiti del modello di business aziendale. Con successivo test e validazione dello stesso mediante la selezione di Clienti e Dipendenti;
2. Implementazione di una nuova piattaforma web, e-commerce e marketing automation in grado di integrarsi con il CRM aziendale, che risponda alle esigenze emerse al punto 1;
3. Implementazione piattaforma LMS per la formazione a distanza dei propri operatori e dipendenti.

OBIETTIVI

- Definizione degli obiettivi strategici per l'evoluzione di bofrost* ed evoluzione del modello operativo per la vendita e il servizio multicanale
- Identificazione dell'evoluzione della strategia di go-to-market, in termini sia di prodotto che di canale;
- Evoluzione del modello organizzativo e del cambiamento culturale;
- Innovare più velocemente, permetterà di pianificare con successo le attività aziendali sul medio lungo termine al fine di migliorare la raccolta, la condivisione e la distribuzione dei propri prodotti, anche aumentando considerevolmente i volumi, l'efficacia delle campagne promozionali, la qualifica del personale e le efficienze dei report analitici;
- Analizzare l'As-is formativo
- Creare un piano formativo globale in linea con gli obiettivi aziendali
- Ricercare le metodologie migliori coerenti con il piano formativo

RISULTATI

Comprendere e capitalizzare quanto emerso da questo periodo di cambiamento nel comportamento dei Clienti con una forte attenzione alla peculiarità del periodo. Definire le linee guida del modello target su diversi ambiti del modello di business, da testare e validare, per definire i cantieri di progettualità e concretizzare il percorso graduale e concreto di trasformazione.

- Permettere l'esperienza marketing personalizzata per ogni cliente;
- Raggiungere il cliente attraverso tutti i canali (mobile, push notification, email social);
- Integrazione di tutti i canali marketing in un'unica piattaforma e con l'e-commerce;
- Permettere la condivisione in modo semplice del pubblico sui social per poter effettuare campagna pubblicitarie
- Risultati per l'organizzazione: cost effective, blended, globale, misurabile, accessibile, compliant, accessibile.



**POR FESR
2014 2020**
Friuli Venezia Giulia



Unione Europea
FESR



Repubblica Italiana



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA