



Con il portale [www.delizieclub.it](http://www.delizieclub.it), uno tra i maggiori network commerciali italiani ha creato un'efficace strumento di CRM via Web per fidelizzare i clienti con campagne di marketing mirate. Il progetto è stato sviluppato da Microsys su piattaforma Microsoft.

### Scenario

È nata solo quattro anni fa, ma ha alle spalle l'esperienza quarantennale del Gruppo Vegé, con i suoi marchi storici della distribuzione. Interdis è uno tra i maggiori network di vendita italiani, che unisce 21 imprese commerciali e ha in tutta Italia circa 2.500 punti di vendita. Il Gruppo non è nato come semplice aggregazione commerciale per gli associati, ma per offrire servizi avanzati, dalle strategie di *self in* ai processi ad altissimo valore aggiunto per il *self out*. "La struttura funziona bene per la parte acquisti, dal momento che abbiamo contratti con fornitori per circa 4 milioni di Euro e un tasso di crescita del 6%, ma ci siamo accorti che dovevamo creare qualcosa in più sul fronte marketing: un elemento di aggregazione e di appartenenza", spiega Giorgio Santambrogio, Direttore Generale Marketing di Interdis.

### Una sfida di marketing

"La nostra sfida è quella di ricreare nei punti di vendita e nella grande distribuzione una community di utenti", continua Santambrogio. Un obiettivo non facile da raggiungere perché la caratteristica del Gruppo è la multi insegna: gli associati, infatti, operano con marchi differenti nel territorio nazionale, ma anche nella stessa città, per cui diventa difficile sviluppare un senso di appartenenza: "Proprio per superare questo problema abbiamo creato Delizie, che non è un marchio o un'insegna, ma un concept, il filo rosso

### Informazioni Generali

#### Profilo

Interdis rappresenta una scelta innovativa nel panorama della moderna distribuzione associata italiana. Il Gruppo riunisce 21 imprese commerciali accomunate dal modello dell'impresa familiare e dal solido presidio nei bacini territoriali di presenza. Con oltre 2.500 punti di vendita dislocati in modo capillare su tutto il territorio nazionale, Interdis è uno dei più importanti network di vendita del nostro Paese.

#### Situazione

Il progetto nasce con la finalità di raccogliere e fidelizzare un eterogeneo gruppo di utenti in un'unica community virtuale, strumento di coesione e punto di partenza per operazioni di marketing mirate e capillari. L'esigenza specifica era creare una soluzione trasversale a tutti i brand che costituiscono il Gruppo. Per questa ragione era necessario creare un'infrastruttura flessibile e integrata con le tecnologie preesistenti.

#### Soluzione

Il portale [www.delizieclub.it](http://www.delizieclub.it) è il luogo di incontro di tutti i clienti fidelizzati e potenziali del gruppo Interdis: interamente implementato con tecnologie ASP, offre diversi servizi a un target differenziato. Il sito comprende una parte istituzionale con la presentazione dei servizi offerti; una ludico ricreativa, con giochi interattivi e informazioni per il tempo libero; e quella più propriamente commerciale, con buoni sconto e offerte riservate ai soci.

#### Partner

Microsys - Microsoft® Certified Partner

#### Prodotti

Microsoft Windows® 2000, Microsoft SQL Server 2000, Microsoft Internet Information Services 5.0, Microsoft Exchange Server 2000, Microsoft Visual InterDev® 6.0, Microsoft FrontPage®.

#### Vantaggi

È stato creato un efficace strumento di CRM via Web, che permette di fidelizzare i clienti e creare una community, superando la differenziazione dei vari marchi. La flessibilità della tecnologia consente ulteriori sviluppi gestionali e un facile intervento sui contenuti e sulla struttura del sito per lanciare nuove iniziative di marketing.



"Le tecnologie Microsoft hanno giocato un ruolo determinante in questa realizzazione, grazie alla loro flessibilità e ai servizi disponibili, che ci hanno consentito di costruire un'architettura davvero multicanale, in cui le informazioni private via SMS, e-mail e pubblicità sui Web sono componenti perfettamente integrate tra loro e al servizio di una comunicazione coerente, seppur differenziata".

**Giorgio Santambrogio**  
Direttore Generale Marketing di Interdis

di collegamento con i clienti. Abbiamo realizzato il PuntoDelizie, il Catalogo Delizie, il magazine Delizie e siamo in procinto di lanciare una radio satellitare che si chiamerà Radio Delizie. Tutte le azioni di Customer Relationship Management sono firmate Delizie e Delizie Club: Delizie aveva quindi le carte in regola per diventare il punto di aggregazione per la nostra community".

## La tecnologia al servizio del marketing

La creazione di una community, lo sviluppo di un punto di incontro e la fidelizzazione di un ampio ed eterogeneo gruppo di utenti erano le finalità di Interdis, per ottenere uno strumento di coesione e un punto di partenza per operazioni di marketing mirate e capillari. "Avevamo le carte fedeltà e una serie di strumenti utili a conoscere il nostro cliente e le sue esigenze, ma ci mancava ancora qualcosa: un portale Web dedicato da scegliere come sede del club", continua Santambrogio. "Volevamo sfruttare lo strumento informatico per metterlo al servizio di precisi obiettivi di business".

Le idee sulle finalità e sull'uso delle tecnologie Web al servizio delle strategie aziendali erano quindi molto chiare: possibilità di usare la posta elettronica per raggiungere i clienti, sviluppo di azioni con i diversi fornitori, invio di messaggi e informazioni differenziate, basate sulle conoscenze ricavabili dalle carte fedeltà attive (circa 1.600.000) che permettono di dare un codice e una password diversi a seconda delle abitudini di ogni cliente.

"Il concetto era quello di sviluppare un *invisible asset* per legare a noi i clienti offrendo servizi che non possono trovare altrove, in particolare l'appartenenza a un club, a una comunità in cui sono riconosciute le preferenze e i bisogni di ciascuno", specifica Santambrogio. Viene così concepito il portale Punto d'incontro Delizie Club: le idee c'erano, mancava il progetto tecnologico, che è stato affidato a Microsys, Microsoft Certified Partner.

## Il progetto tecnologico

"Quando abbiamo la fiducia di un Partner, solitamente gli affidiamo l'intero progetto in outsourcing, ed è quello che è accaduto anche con il progetto di sito Web dove, pur avendo la possibilità di inserire autonomamente le informazioni che ci interessano, la gestione è totalmente esterna. Così è nato il portale [www.delizie.com](http://www.delizie.com), un sistema di Contact Management ben integrato con gli strumenti applicativi di Microsoft Office. Il problema da risolvere era quello di raggiungere facilmente le informazioni e di legarle tra loro con uno schema logico e facilmente accessibile. "Per poter sviluppare una soluzione che fosse

la più ergonomica possibile abbiamo dovuto capire i flussi di lavoro di Interdis, così da ottimizzare le operazioni di modifica e aggiornamento dei dati", spiega Paolo Gerardini, Direttore Commerciale di Microsys. "Un secondo elemento da affrontare è stato quello di rendere accattivante l'interfaccia utente, mantenendo la compattezza e la dinamicità dei contenuti: ci siamo quindi serviti dei molti tool Microsoft di sviluppo Web disponibili, cercando di utilizzare con molta parsimonia la componente grafica, poco gestibile da parte di Interdis".

### **www.delizieclub.it: il portale Punto d'incontro Delizie Club**

Sviluppato con tecnologie ASP, il sito rappresenta quel punto di incontro con i clienti (attuali e potenziali) di cui Interdis aveva bisogno. Coerentemente con l'eterogeneità dei visitatori, il portale offre informazioni e servizi di diversa natura.

Il sito è composto da tre parti principali: quella istituzionale, una vetrina dei servizi offerti; quella ludico/ricreativa con giochi interattivi per bambini e informazioni per il tempo libero; infine, quella più propriamente commerciale, con la possibilità di ottenere e stampare buoni sconto e offerte riservate ai soci.

Interdis ha piena autonomia nell'aggiornamento dei contenuti del portale, grazie alla semplicità e alla flessibilità della piattaforma utilizzata, e questo offre la possibilità di realizzare in modo molto agile campagne di marketing mirate. Anche la struttura del sito può essere facilmente modificata per supportare comunicazioni speciali, nuove promozioni, gruppi di discussione e qualsiasi altra iniziativa i responsabili delle strategie di marketing ritengano necessaria.

### **Gli strumenti utilizzati**

"Le tecnologie Microsoft hanno giocato un ruolo determinante in questa realizzazione, grazie alla loro flessibilità e ai servizi disponibili, che ci hanno consentito di costruire un'architettura davvero multicanale, in cui le informazioni inviate via SMS, e-mail o pubblicate sul Web sono componenti perfettamente integrate fra loro e al servizio di una comunicazione coerente, seppur differenziata", sottolinea Santambrogio. Uno dei vantaggi della piattaforma Microsoft è la possibilità di unificare i processi e integrarli fra loro: l'ambiente Web si basa su Microsoft Internet Information Services e su database Microsoft SQL Server, e integra perfettamente tutti gli altri tool necessari. La piattaforma è estremamente flessibile nel diversificare il tipo di servizio IT mantenendo però la necessaria armonia funzionale.



"Il secondo aspetto è stato quello della produttività. Interdis voleva un sito accattivante, ma nel contempo facile e veloce da consultare. Per esempio, le e-mail all'utente mantengono la qualità di un libro cartaceo classico, ma non registrano alcuna pesantezza in apertura. Gli strumenti di sviluppo Microsoft ci hanno permesso di ottenere i risultati sperati".

**Paolo Gerardini**  
Direttore Commerciale di Microsys



"Il portale Punto di incontro Delizie Club ha le caratteristiche previste e raggiunge i clienti attraverso uno strumento, quello digitale, di gran lunga più rapido, meno costoso e con un maggiore ritorno sull'investimento rispetto ai canali tradizionali. Volevamo una fidelizzazione cognitiva dei clienti alla nostra insegna e l'obiettivo è stato raggiunto".

**Giorgio Santambrogio**  
Direttore Generale Marketing di Interdis

## Ulteriori informazioni

Per ulteriori informazioni sui prodotti o servizi Microsoft, rivolgetevi al Servizio Clienti (02.70.398.398) o visitate il sito Web: [www.microsoft.com/italy/business/](http://www.microsoft.com/italy/business/)

Per ulteriori informazioni su Microsoft: [www.msys.it/](http://www.msys.it/)

Per ulteriori informazioni su Interdis: [www.interdis.it/](http://www.interdis.it/)

Per ulteriori informazioni su Delizieclub: [www.delizieclub.it/](http://www.delizieclub.it/)

"Il secondo aspetto è stato quello della produttività, Interdis voleva un sito accattivante, ma nel contempo facile e veloce da consultare. Per esempio, le e-mail dovevano mantenere la qualità di un invio cartaceo classico, ma non registrare alcuna pesantezza in apertura. Gli strumenti di sviluppo Microsoft ci hanno permesso di ottenere i risultati sperati", spiega Gerardini. Nel progetto sono stati utilizzati Microsoft SQL Server 2000 come database per la strutturazione dei dati, Microsoft Visual InterDev, Microsoft Visual Basic® e COM+ per la creazione degli applicativi e dell'interfaccia e Microsoft Exchange Server 2000 per la messaggistica, nonché Microsoft FrontPage 2000 per il Web publishing.

## Vantaggi

"Il portale Punto di incontro Delizie Club ha le caratteristiche previste e raggiunge i clienti attraverso uno strumento, quello digitale, di gran lunga più rapido, meno costoso e con un maggiore ritorno sull'investimento rispetto ai canali tradizionali", dice Santambrogio. "Volevamo una fidelizzazione cognitiva dei clienti alla nostra insegna e l'obiettivo è stato raggiunto". Non era infatti l'e-commerce il punto di arrivo di Interdis, bensì la gestione delle promozioni, supportata dalla disponibilità del profilo degli utenti, che consente di filtrare l'accesso alle aree più interessanti del sito. Il risultato è uno strumento di CRM via Web unico in Italia.

In una seconda fase di implementazione del progetto, si procederà a rendere il sistema ancora più dinamico e flessibile dal punto di vista della gestione e verranno realizzati nuovi servizi per gli utenti, cercando di rendere sempre più accattivante e interattiva l'esperienza di navigazione. "Stiamo lavorando molto sui forum e sulle chat, incentivando la partecipazione degli utenti con la messa in palio di premi e stiamo pensando di lanciare nuove iniziative speciali utilizzando la posta elettronica", afferma Santambrogio. "Di fatto prevediamo un'evoluzione nell'ottica dell'utilizzo del sistema e della sua crescita soprattutto in termini funzionali, verificando come gli strumenti informatici possano supportare l'area marketing e vincendo la sfida delle nuove tecnologie".