

**L'esposizione dei
PRODOTTI
PER IL LAVORO
è aperta visitatela**

DA ACCENTURE E BUSINESS OBJECTS LA PRIMA "BOX SOLUTION" PER IL CUSTOMER VALUE MANAGEMENT NEI MERCATI DEL LARGO CONSUMO E DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Milano, 4 giugno 2002 - Da anni, in Italia, grande distribuzione e largo consumo sono impegnati a raccogliere dati sulla propria clientela; pochi, tuttavia, sono oggi in grado di tradurre questa ingente mole di dati in informazioni utilizzabili per implementare azioni commerciali efficaci. Per questo, Accenture e la filiale italiana di Business Objects hanno scelto di realizzare la loro prima soluzione congiunta basata su BusinessObjects Application Foundation proprio per soddisfare le esigenze di Customer Value Management. La "BOX solution" nasce dall'unione della consolidata conoscenza dei processi e soluzioni CRM nel settore Products di Accenture e dell'infrastruttura tecnologica all'avanguardia di Business Objects. Realizzata presso il Centro di Eccellenza CRM italiano di Accenture, la prima "BOX solution" è stata studiata specificatamente per aiutare le imprese che operano sui mercati della grande distribuzione e del largo consumo a incrementare il valore del rapporto con la propria clientela. "Per le aziende della grande distribuzione e per i produttori di largo consumo, il vero salto di qualità sarà possibile quando la dimensione del cliente (clusterizzato in segmenti omogenei per comportamento) entrerà nei processi gestionali e influenzerà l'operatività degli acquisti, del marketing, dei category e delle vendite in modo continuativo e dinamico nel tempo", spiega Fabio Vacirca, Partner di Accenture e responsabile del Centro di Eccellenza CRM di Accenture Italia. "Le sfide progettuali in questa area sono chiaramente organizzative; tuttavia, anche la complessità tecnologica e la dimensione economica delle iniziative sono spesso vincoli all'accettazione da parte del management di un argomento che non è ancora una commodity. La "BOX solution" è una via per semplificare la realizzazione di soluzioni informatiche e quindi facilitare l'avvio delle iniziative di orientamento al cliente che stanno già dimostrando tutta la loro potenzialità nei mercati più evoluti". Sfruttando le funzionalità di analisi set-based e analisi delle serie temporali offerte dal framework per le analytic applications Business Objects Application Foundation, la soluzione consente di effettuare l'analisi della customer base (Customer Profiling), la segmentazione della clientela in cluster dal comportamento d'acquisto omogeneo e tre differenti analisi di dettaglio mirate ad azioni di sviluppo sulle vendite, la fedeltà e la profittabilità dei clienti di particolari segmenti (Customer Value Management). Sviluppata per rispondere alle esigenze specifiche dell'area CRM, la "BOX solution" richiede un livello basso di personalizzazione per poter essere integrata nei processi di business dei singoli clienti. Tutto questo si traduce in un forte abbattimento del time-to-market e in costi di implementazione realmente vantaggiosi. "La disponibilità della nostra prima "BOX solution" conferma la forza della partnership tra Business Objects e Accenture in Italia", dichiara Romualdo Cazzaniga, Direttore Divisione Partner di Business Objects Italia. "Ora la nostra proposta per la grande distribuzione e produttori di largo consumo non è più un'offerta di tecnologia abbinata a consulenza, ma una vera e propria soluzione congiunta".