

Il caso Vesta Automation: Anche la user experience diventa integrata

CADENAS SOLUTION FORUM 2016
Bologna | 21 Aprile 2016



www.vesta.it

workup
your net strategy

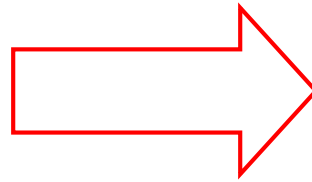
www.workup.it



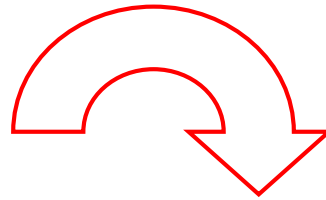
IL GRUPPO VESTA



1980



1984



2014

SYSTEM INTEGRATOR



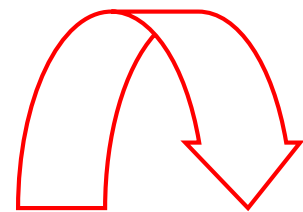
**Designed
TO YOUR NEEDS**



**IL CLIENTE E' AL
CENTRO DELLE
NOSTRE STRATEGIE**



MA COME COMUNICARLO??

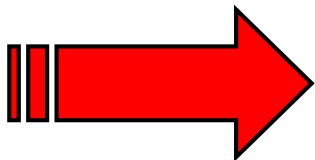


**Designed
TO YOUR NEEDS**



CRITICITÀ

- ➔ SITO VETRINA NON PIENAMENTE FUNZIONALE ALLA COMUNICAZIONE CON GLI UTENTI
- ➔ QUOTIDIANE RICHIESTE DI FILE 3D DA PARTE DEI CLIENTI
- ➔ ATTESA (PER QUANTO BREVE, MA PUR SEMPRE ATTESA) DEL CLIENTE PER RICEVERE LE INFORMAZIONI DI INTERESSE
- ➔ ESPLICITE RICHIESTE DEI NOSTRI CLIENTI PER LA PRESENZA IN CADENAS
- ➔ NECESSITA' DI MIGLIORARE LA CONOSCENZA DEL NOSTRO PUBBLICO PER AUMENTARE IL LIVELLO DI SERVIZIO OFFERTO
- ➔ COMUNICAZIONE INTEGRATA ALL'INTERNO DEL GRUPPO



**NUOVA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
ON LINE INTEGRATA**

**Designed
TO YOUR NEEDS**



L'EVOLUZIONE WEB DI VESTA

1° GENERAZIONE - SITO VETRINA : IMMEDIATO, MA PRIVO DI CAPACITÀ INTERATTIVA CON L'UTENTE

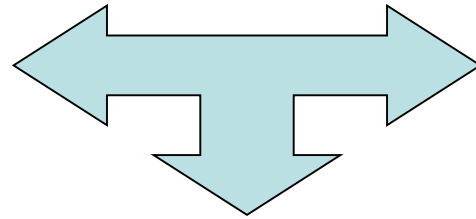


2° GENERAZIONE – APPROCCIO UTENTE : COMUNICAZIONE DIFFERENZIATA PER TIPOLOGIA DI UTENTE, MA INTERAZIONE ANCORA LIMITATA



3° GENERAZIONE – CONFIGURATORE

**Designed
TO YOUR NEEDS**



workup
your net strategy

**NUOVA IMMAGINE WEB
COORDINATA E
INTEGRATA**



**Designed
TO YOUR NEEDS**

**LA UX
DIVENTA INTEGRATA**

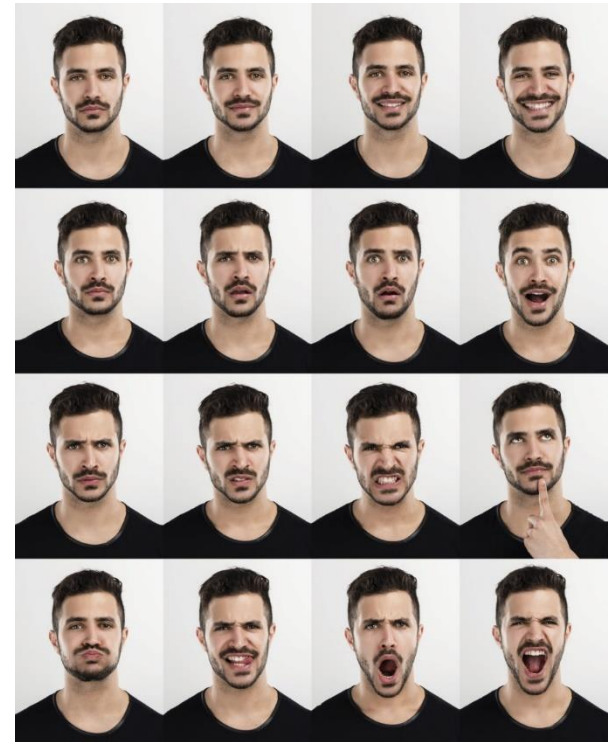
COS'È L'ESPERIENZA D'USO

ESPERIENZA è ciò che una persona vive quando interagisce con il mondo.

Per **esperienza d'uso** si intende ciò che una persona prova quando utilizza un prodotto, un sistema o un servizio.

L'esperienza d'uso comprende tutto ciò che la persona prova

- prima → l'aspettativa
- durante → l'esperienza vera e propria
- dopo → il ricordo



UNA QUESTIONE DI ASPETTATIVE

Esperienza d'uso
al di sopra delle aspettative



Esperienza d'uso
in linea delle aspettative



Esperienza d'uso
al di sotto delle aspettative



Le persone hanno sempre delle **aspettative** sulle esperienze che sono in procinto di vivere.

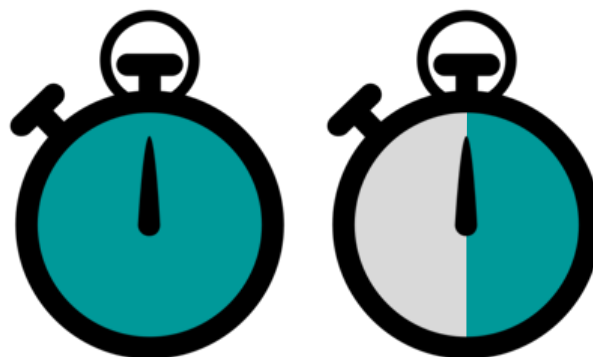
Le esperienze d'uso non hanno solo effetti immediati (pensiamo all'influenza sul CR) ma anche effetti di lungo termine, sono in grado infatti di condizionare la percezione di un brand, un prodotto o un servizio.

Una buona esperienza supera le aspettative delle persone.
Sorprendere in positivo le persone che la stanno vivendo è segno della buona qualità dell'esperienza.

Per questo
le aziende
investono in
numerosi
touchpoint
cercando di
garantire una
*Seamless
Experience*



Ma con **1,5 ore** di utilizzo medio al giorno...



Fonte: Audiweb

**...IL DIGITAL STA DIVENTAND
IL TOUCHPOINT PRINCIPALE**

ECCO PERCHÉ È FONDAMENTALE MIGLIORARE L'ESPERIENZA D'USO DEGLI UTENTI DI SERVIZI DIGITALI

Le persone vogliono vivere esperienze significative in grado di migliorare la loro vita. Per questo adottano e restano fedeli a prodotti, servizi e brand che facciano vivere loro **esperienze che superino le aspettative.**

Le aziende capaci di ripensare il proprio business e creando **esperienze rilevanti per le persone**, sono destinate ad avere maggior **successo sul mercato.**

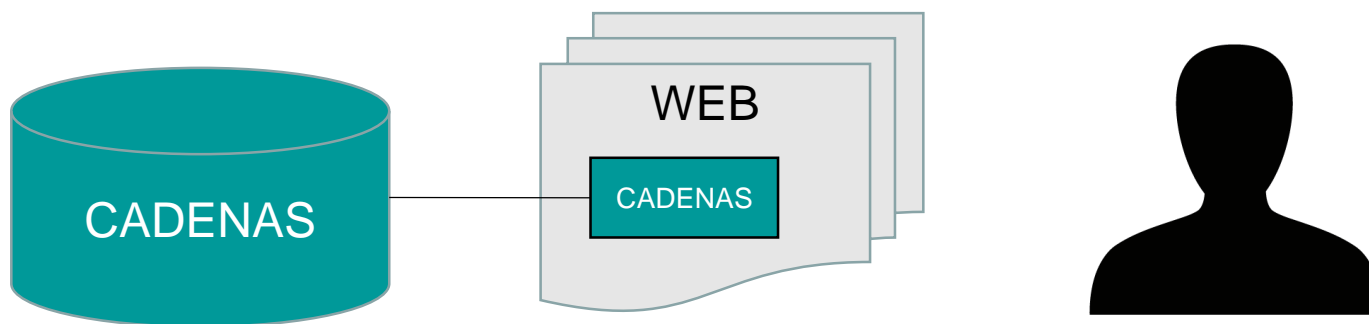
Migliorare l'esperienza utente genera un impatto sul business che dura nel tempo.

LA DIGITAL TRASFORMATION E LA SFIDA DELL'INTEGRAZIONE

La digital transformation
ha un impatto enorme su tutte le aree aziendali
(IT, marketing, commerciale, produzione, customer care, ...)

Grazie all'integrazione di piattaforme e competenze
possiamo oggi realizzare soluzioni fino a ieri
neppure immaginabili, mettendo il cliente
al centro della strategia aziendale.

DALLE CRITICITÀ ALLE OPPORTUNITÀ ATTRAVERSO UNA SOLUZIONE WEB INTEGRATA



QUESTA INTEGRAZIONE COSA PERMETTE DI FARE?

RISOLVERE PROBLEMI

- Problemi nell'architettura dell'informazione
- Problemi di usabilità
- Costi di servizio

CREA OPPORTUNITÀ

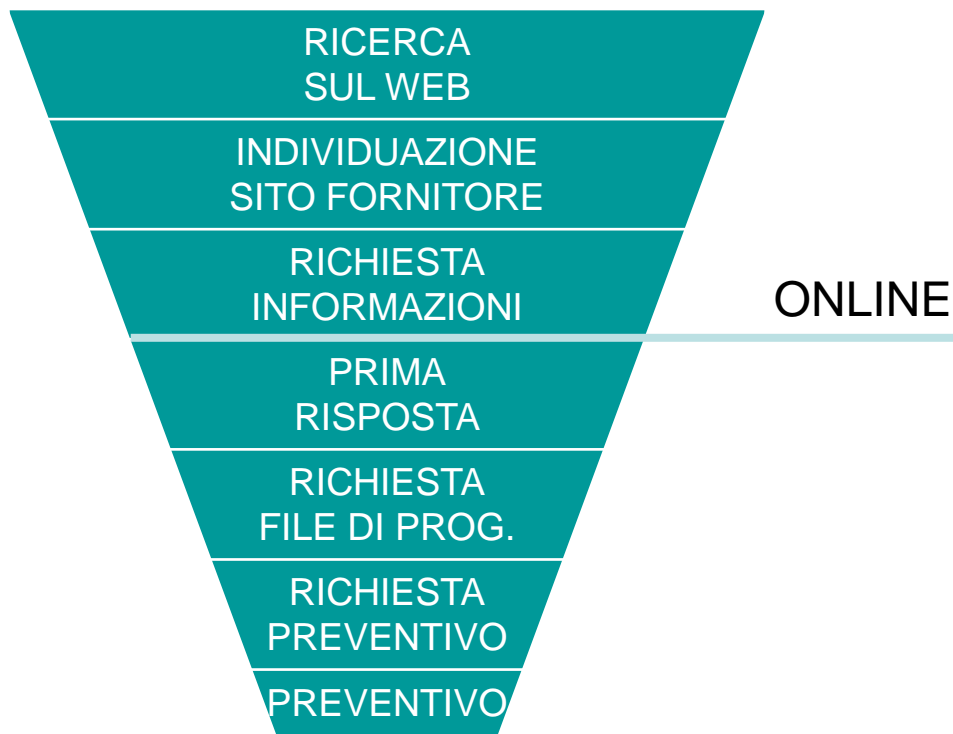
- Fidelizzazione dei clienti
 - Visibilità
 - Aumento delle opportunità commerciali
-

QUESTA INTEGRAZIONE IN COSA SI TRADUCE?

- FRUIBILITÀ WEB DI FILE DI PROGETTAZIONE 2D E 3D
 - È UN SERVICE ONLINE: BASTA IL BROWSER
 - SI INTEGRA CON LA COMUNICAZIONE DIGITALE
 - PUÒ BENEFICIARE DEL DIGITAL MARKETING
-

IL FUNNEL DI CONVERSIONE SENZA L'INTEGRAZIONE A CADENAS

- PERCORSO PIÙ LUNGO
- MAGGIORE ATTIVITÀ DI ASSISTENZA IN PREVENDITA



IL FUNNEL DI CONVERSIONE CON L'INTEGRAZIONE A CADENAS

- FUNNEL LUNGO
- MINORE ATTIVITÀ DI ASSISTENZA IN PREVENDITA
- MAGGIORE VELOCITÀ DI RISPOSTA
- SELFCARE



AUMENTO DEL
CONVERSION RATE

IL PROGETTO DIGITAL MARKETING VESTA

Obiettivi

- **SEO:** Ottenere maggiore visibilità relativamente alle soluzioni offerte dall'Azienda.
 - **UX:** Migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente, facilitando l'accesso alle informazioni e ampliando le possibilità di interazione e ricerca.
 - **Engagement:** coinvolgere i visitatori, introdurre gli aspetti di content marketing e implementare form contestuali alle diverse pagine del sito.
 - **CRO:** Ottimizzare i tassi di conversione del sito
 - Gestire le informazioni e la **comunicazione** del sito in modo semplice e efficace.
 - **Integrare** funzionalità e servizi online
-



LIVE DEMO



RISULTATI ATTESI



Abbattimento dei tempi di evasione delle richieste / gestione delle problematiche



Abbattimento dei tempi/costi di trasmissione delle informazioni



Trasferimento del tempo da customer service a consulenza



Riduzione del costo di gestione della commessa



Aumento della soddisfazione dei clienti



Aumento delle richieste da parte di nuovi potenziali clienti

GRAZIE