



CRM e BI nel Fashion Retail. La Roadmap di Miroglio

Gianni Leone
Giovanni Marta

Chief Digital & Information Officer - Miroglio Group
AD - Altevie Technologies

SAP Innovation Forum 2013
Milano 26/09/2013

Altevie Technologies

CRM in Miroglio

Aree di intervento

Cosa cambia e Key Facts

Altevie Technologies

CRM in Miroglio

Aree di intervento

Cosa cambia e Key Facts

Altevie Technologies progetta e realizza soluzioni altamente specializzate su piattaforma SAP. Competenze ad ampio raggio ed esperienza diretta garantiscono una copertura totale delle esigenze del cliente: anche le più complesse.

Revenue: **12 Mln/€**

Headcount: **130 HR** (Treviso, Milano, Roma, Padova, Bologna)



Altevie Technologies è SAP Special Expertise Partner per:

**Process Integration / People Integraton & Mobile / Development Tools /
System Lifecycle / IT Excellence / SOA**

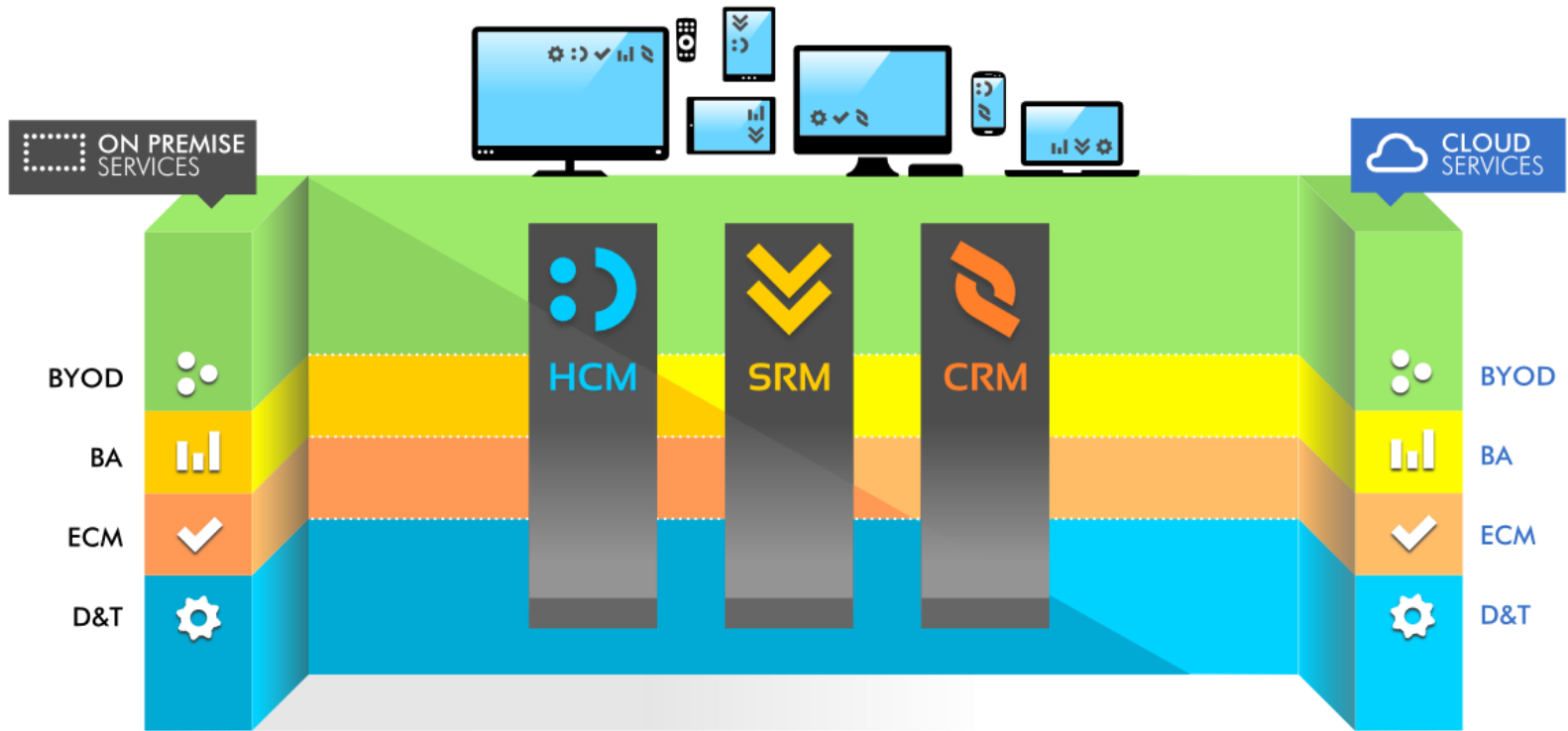
HCM (Human Capital Management)

CRM (Customer Relationship Management)

SRM (Supply Relationship Management)

BIP / POA (Business Intelligence Platform) / Performance Oriented Architecture





Altevie Technologies

CRM in Miroglio

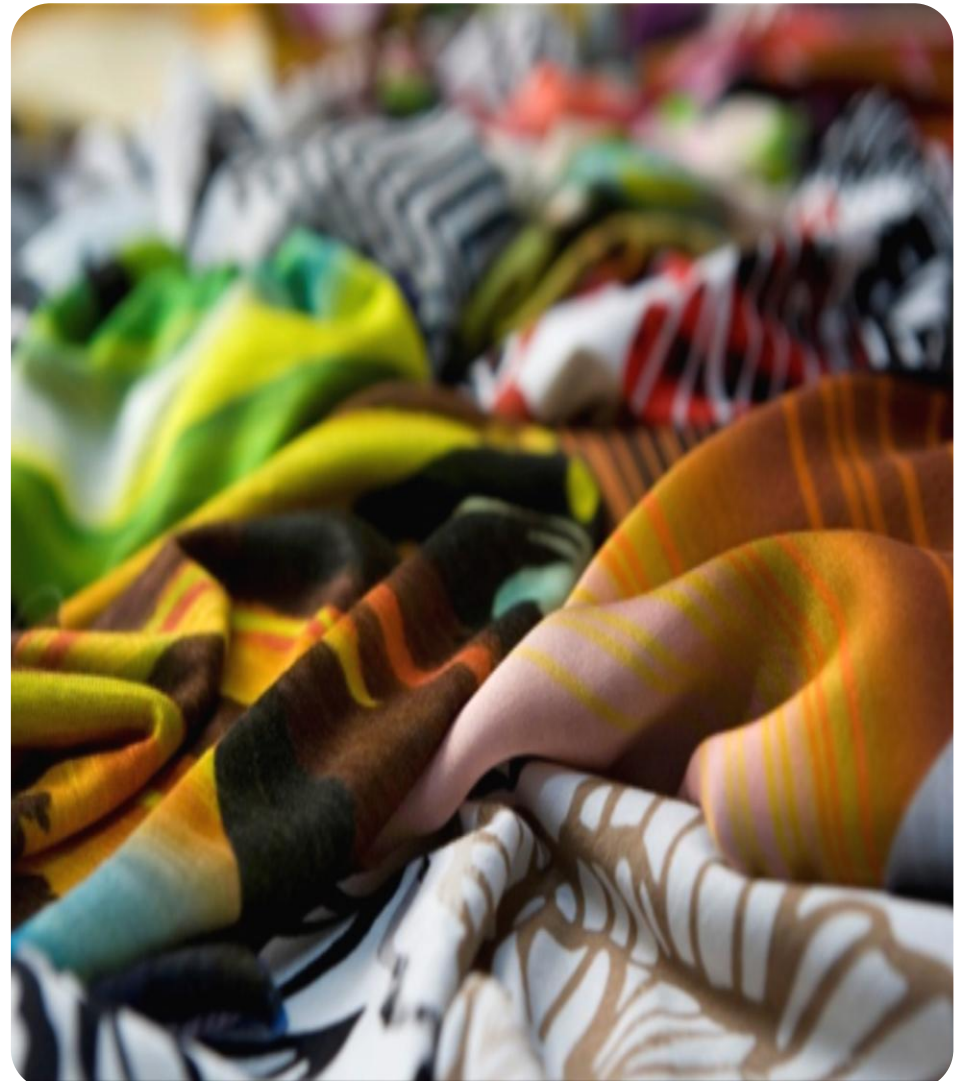
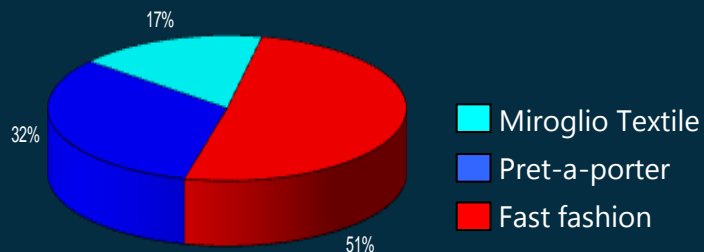
Aree di intervento

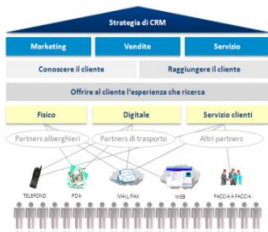
Cosa cambia e Key Facts

Il Gruppo Miroglio in numeri:

- Fondata nel 1947
- 883 milioni €uro in fatturato
- 49 società operative in 34 paesi
- 8 brand nell'abbigliamento monomarca (2000 con JV) e circa 4.500 multimarca
- 18 milioni capi d'abbigliamento
- 14 milioni kg di filati
- 15 milioni metri di tessuto
- 18 milioni metri di carta transfer

Fatturato per business area





3 Come interagiamo con i nostri clienti?

Fornire al cliente esperienze adeguate e di alto valore attraverso tutti i punti di contatto, in modo da garantire le promesse del marchio e creare un rapporto di fiducia e lealtà.



1 Chi sono i nostri clienti?

Sfruttare i dati forniti da fonti interne ed esterne in modo da raggiungere una conoscenza della clientela e del contesto basata su elementi concreti e tradurli in azioni di valore.

2 Come attraiamo i nostri clienti?

Definire e rendere operative le strategie. Sviluppare soluzioni differenziate per attrarre i diversi target di clientela in maniera adeguata in modo da aprire un canale di dialogo con essi.

Base dati centralizzata della consumatrice



Creazione di una base dati centralizzata della consumatrice: a **livello di Gruppo**, con possibilità di **analisi per singola BU e singolo Marchio**, integrata **su tutti i canali** (punti vendita, digitale, servizio clienti) e delle clienti "prospect"

Autonomia del business nelle analisi e selezioni



Capacità di effettuare – in autonomia da parte delle funzioni di business - **analisi e selezioni sofisticate** sulla consumatrice: selezione, segmentazione, clusterizzazione

Gestione diretta di campagne di marketing



Possibilità di gestione diretta di campagne di marketing (**fisiche e digitali, con valutazione del ritorno dell'iniziativa**)

Integrazione dei Social Networks



Integrazione delle **interazioni della consumatrice** con i principali "social network"

Abilitare il mobile



Predisposizione ad una **gestione in "mobilità" dell'interazione** della cliente finale

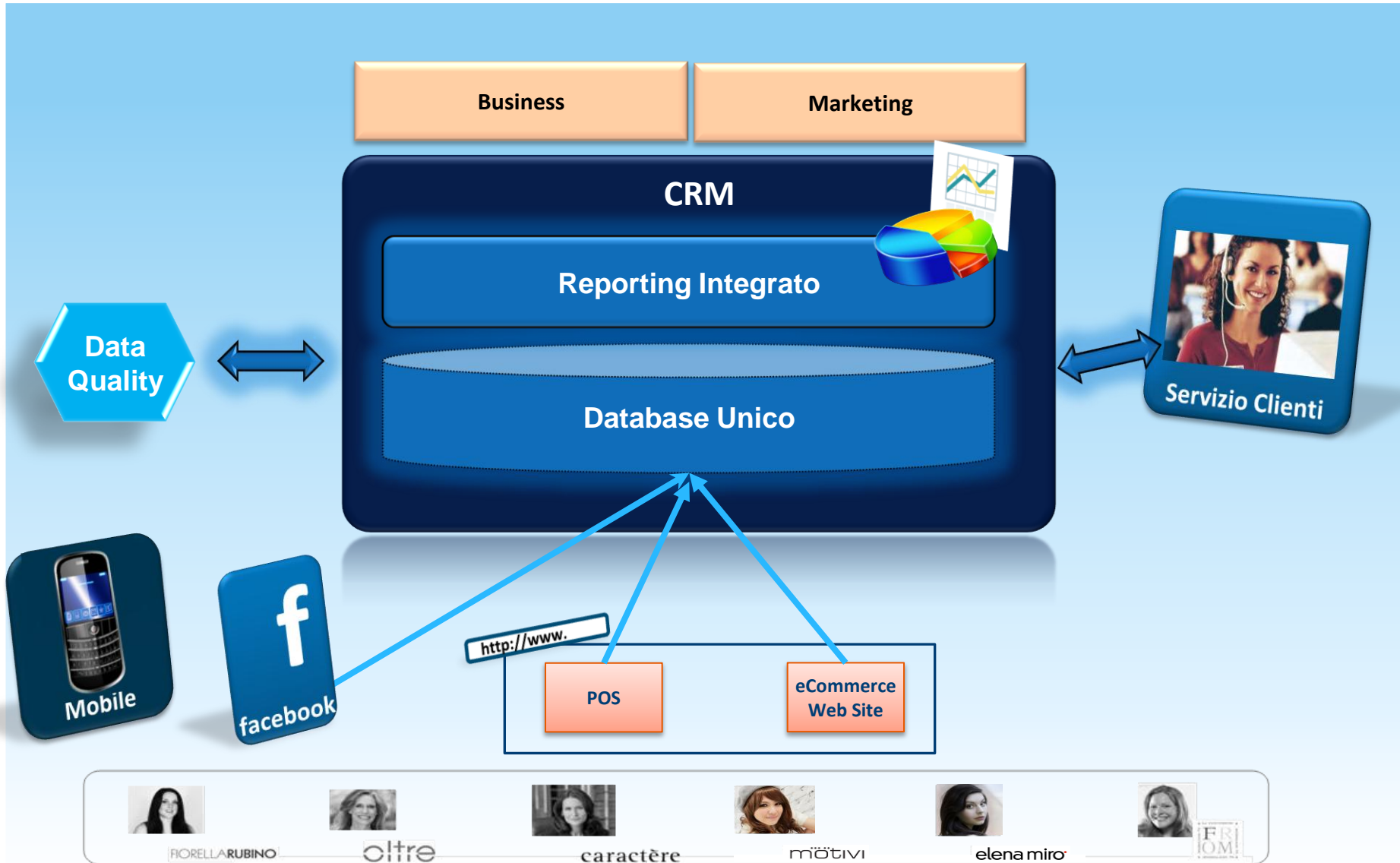
Altevie Technologies

CRM in Miroglio

Aree di intervento

Cosa cambia e Key Facts





Altevie Technologies

CRM in Miroglio

Aree di intervento

Cosa cambia e Key Facts

Accesso diretto alle informazioni

da parte del marketing e maggiore fruibilità

Possibilità di definire livelli diversi di visibilità

azienda – divisione – marchio – area manager etc.

Qualità dei dati di recapito e contattabilità

anche incorporando feedback da sistemi esterni

Maggiore efficienza nella creazione campagne di marketing:

disegno, progettazione, individuazione target, esecuzione, analisi del feedback

Integrazione multicanale delle informazioni

sito web, social, invio/ricezione email, punto cassa,...

Nuovi report di analisi fidelizzato

Anagrafica, Cluster, Redemption

Visibilità delle clienti

su tutta la catena dei negozi

Controllo esplicito della qualità del dato

controllo indirizzi, controllo duplicati,

Registrazione Fidelity

La registrazione della cliente/fidelity card è ora asincrona ed è più consona alle attività di negozio

Reportistica integrata Abilitazione al teleselling

Sincronizzazione multicanale

delle informazioni in tempo reale

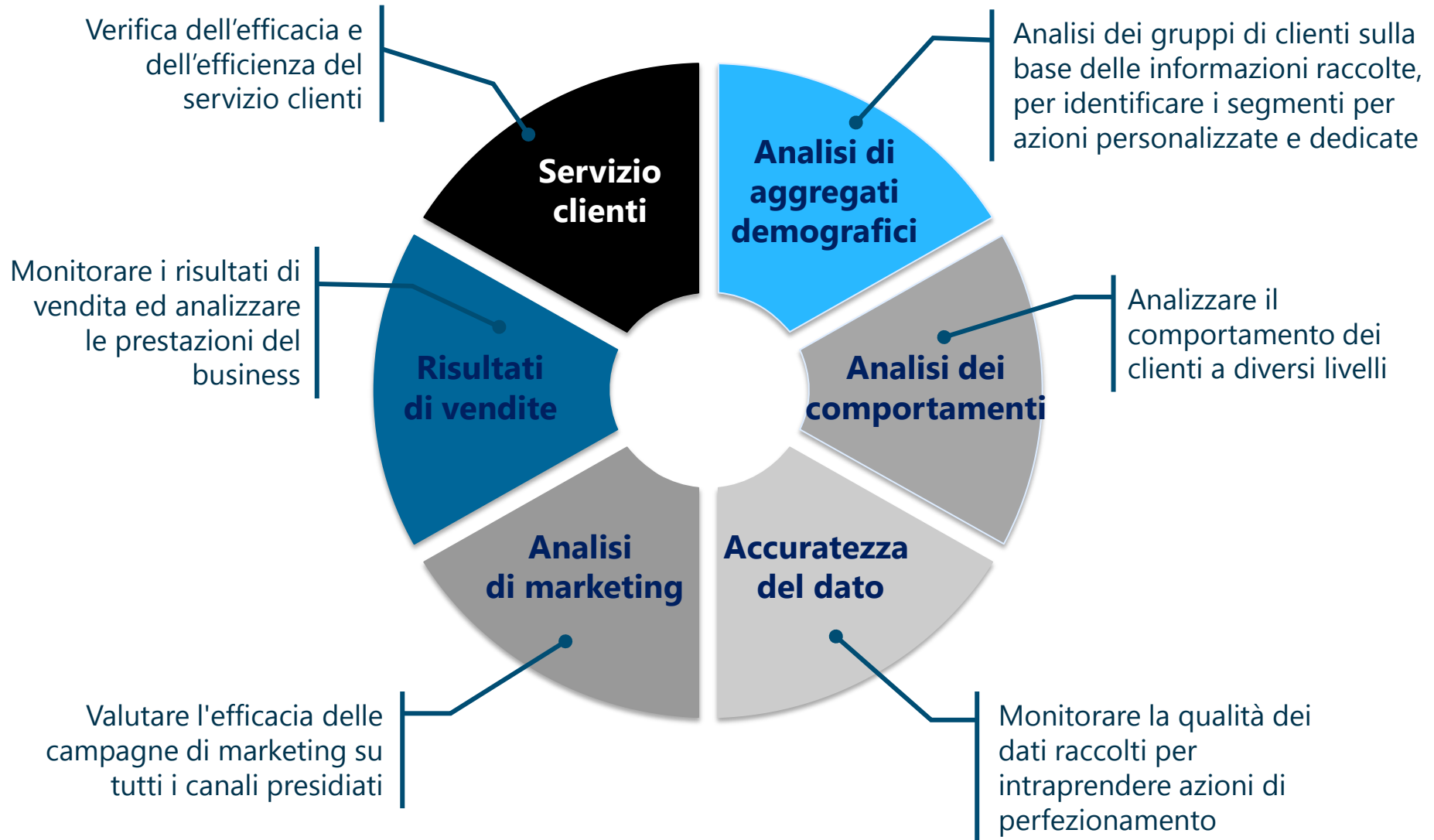
Dettagliata conoscenza della cliente

Anagrafici: indirizzo, coordinate geo, canale di registrazione,....

Calcolati: storico vendita, loyalty, cluster, pressione di contatto, negozio preferito/registrazione...

Gestione delle attività

calendario appuntamenti, attività del giorno,...



- Customer Base Knowledge: oltre **3,0 Milioni per i 6 brands**
- **Motivi & I** (programma Fedeltà Motivi) supera **1 Milione di iscritti** a 18 mesi della partenza, 6 mesi in anticipo rispetto al target
- Programmi Loyalty attivati su tutti i principali Brand/Paesi di Gruppo
- **50+ attributi cliente** gestiti al fine di conoscere e profilare i clienti finali
- Fast Fashion Brands (3): **145 Campagne, 13,5 mln contatti.**
- Pret a Porter Brands (3): **184 Campagne, 1,3 mln contatti.**



*Skiny a flare, regular o leggings.
Ecco le linee e i dettagli che ricompongono il denim
come un recai per la nuova stagione.*

Il tutto a partire da 49,95 euro

[SCOPPI ADESSO](#)





Giovanni Marta
gmarta@altevie.com
www.altevie.com



Gianni Leone
giovanni.Leone@miroglio.com