



Injenia _ progetto Interacta BAY _ azienda cliente: Barilla

- Descrizione della problematica o del bisogno nell'azienda o pubblica amministrazione utente.

Il presidio degli store è per il business di Barilla un fattore fondamentale.

I **sales e gli store manager** della rete necessitavano di una **trasmissione delle informazioni dal centro alle periferie più veloce e fluida**, che risentiva dell'abitudine di utilizzare telefonate e servizi come WhatsApp, intuitivo ma poco trasparente e sicuro. Oltre a essere **time-consuming**, questa comunicazione rendeva le **info** scambiate **non tracciabili**, generava confusione, disallineamento e **difficoltà nella gestione delle attività**. Inoltre, la corrispondente **struttura a silos** separava rigidamente il centro decisionale e il marketing dal punto vendita.

Gli obiettivi erano chiari: avere uno **strumento che accorciasse tempi e distanze** sulla rete, potenziasse la collaborazione e rendesse le **info strutturate e fruibili**.

- Descrizione della soluzione tecnologica (tecnologie usate, architettura, ecc.).

Injenia ha creato **BAY**, la **social business community sviluppata su Interacta**, la sua piattaforma di **Social Process Management** che libera il potenziale della rete. Disponibile mobile e desktop, è un'app **semplice e intuitiva** che ha un potente **motore di gestione workflow** a partire però da un **ambiente di interazione social**, dotato di tutte le funzionalità come **post, community, workspace, mentioning e hashtag**. L'unione di social e workflow ne fa l'ambiente ideale per **diffondere collaborazione real time e conoscenza** in un'atmosfera di forte **engagement**.

Inoltre è interamente **personalizzabile, integrabile** con gli strumenti core aziendali (GSuite, Office 365, Sap ecc) e dispone di intuitive **dashboard** per le principali metriche e KPI di interesse aziendale.

- Descrizione del progetto di implementazione - complessità, tempi, aspetti organizzativi, costi, ecc.

Dopo la fase di **analisi e co-design** con il business e gli SME, il **deployment** si è concluso in soli **tre mesi**.

Il go live è stato preceduto da un evento di presentazione, con tanto di flash mob ispirato agli obiettivi della piattaforma: senso di appartenenza e partecipazione.



Il piano di lancio ha visto coinvolti:

- il **community manager** responsabile del monitoraggio, del coordinamento e della costruzione di una comunicazione attrattiva
- i **35 champions**, che con interventi proattivi, hanno condiviso contenuti e risultati, favorendo l'interazione e promuovendo l'utilizzo
- i **membri** sales marketing e trade marketing

In poco più di un anno i numeri:

- **355** utenti
- **87%** utenti **attivi** che pubblicano regolarmente
- **+3400** post
- **+11300** commenti
- **+41400** like
- **+7700** allegati tra cui immagini, documenti e video
- **144 #** utilizzati

Inoltre, è emblematico che la funzione **sales** si sia dimostrata la **più attiva**, segno che è stato soddisfatto il bisogno di uno spazio per le opinioni e il punto di vista di chi opera dal territorio

Descrizione dei principali benefici raggiunti dall'azienda o pubblica amministrazione utente.

Questi gli obiettivi raggiunti:

- **valorizzazione delle esperienze** delle persone sul territorio
- migliore presenza e **presidio dell'ultimo miglio**
- miglioramento della **collaborazione tra team**
- **abolizione dei silos** organizzativi
- **meno tempo** necessario per il controllo delle attività e visibilità real time da parte del **direttore commerciale**
- ottimizzazione della **comunicazione bilaterale tra headquarter e field**
- **eliminazione di telefonate e chat**

- più **scambio** di opinioni e idee per un miglioramento e **feedback virtuoso**



- strutturazione delle **info** destrutturate e volatili che divengono **tracciabili e ricercabili**
 - maggior **conoscenza di tutti su casi di successo e risultati** raggiunti
 - più **ispirazione** proveniente dal lavoro dei colleghi ed **engagement**
-
- Descrizione degli elementi distintivi e di reale innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento a soluzioni «concorrenti».

A differenza delle soluzioni collaborative sul mercato o dei CRM, la piattaforma **soddisfa a pieno esigenze** per:

- i **sales sul territorio**, normalmente restii all'uso del CRM, che devono fornire e ricevere info e risposte tempestive, accedere ovunque e in real time, confrontarsi sulle pratiche di vendita efficaci e non perdere tempo con strumenti poco intuitivi e complessi
- gli **area/store manager** che vogliono disporre di una visione completa dei flussi informativi e dei task, che necessitano di feedback in tempo reale per non perdere opportunità e che devono mantenere un costante allineamento con la sede
- gli **ispettori di rete** che vogliono vedere implementate le guideline, le best practice e le promo su tutti i punti vendita
- il **direttore commerciale** che, in un unico colpo d'occhio, ha sotto controllo l'andamento dell'intera rete di vendita e delle pipeline

La soluzione diventa così, a tutti gli effetti, il **nuovo paradigma della collaborazione aziendale**: consente la **gestione** ottimale di tutti quei **processi legati alle organizzazioni a rete** che si basano sulla comunicazione e la collaborazione tra centro decisionale e stores, sia sales ma anche più in generale **gdo e retail**.

Grazie alle funzionalità social, Interacta diviene una vera propria **evoluzione dei sistemi CRM** e di gestione dei team con il risultato di **accelerare il decision-making** nell'ottica dello sviluppo del business e della **riduzione dei costi della filiera**, creando un ambiente unico, accessibile e sicuro, che diventa patrimonio conoscitivo, in cui **la persona è e si sente assolutamente centrale**, ma mantenendo al tempo stesso la **governance totale da parte dell'azienda** che può disegnare e gestire il proprio processo commerciale secondo le specifiche esigenze.