



bofrost* ITALIA
Personalizzazione e Food Trust

Il Leader nella vendita porta a porta di specialità surgelate

bofrost* International 1966 – 2019

- 1.242 mln/€ di fatturato annuo in Europa
- 12 paesi europei
- oltre 10.000 dipendenti
- oltre 4 milioni di clienti fidelizzati in Europa

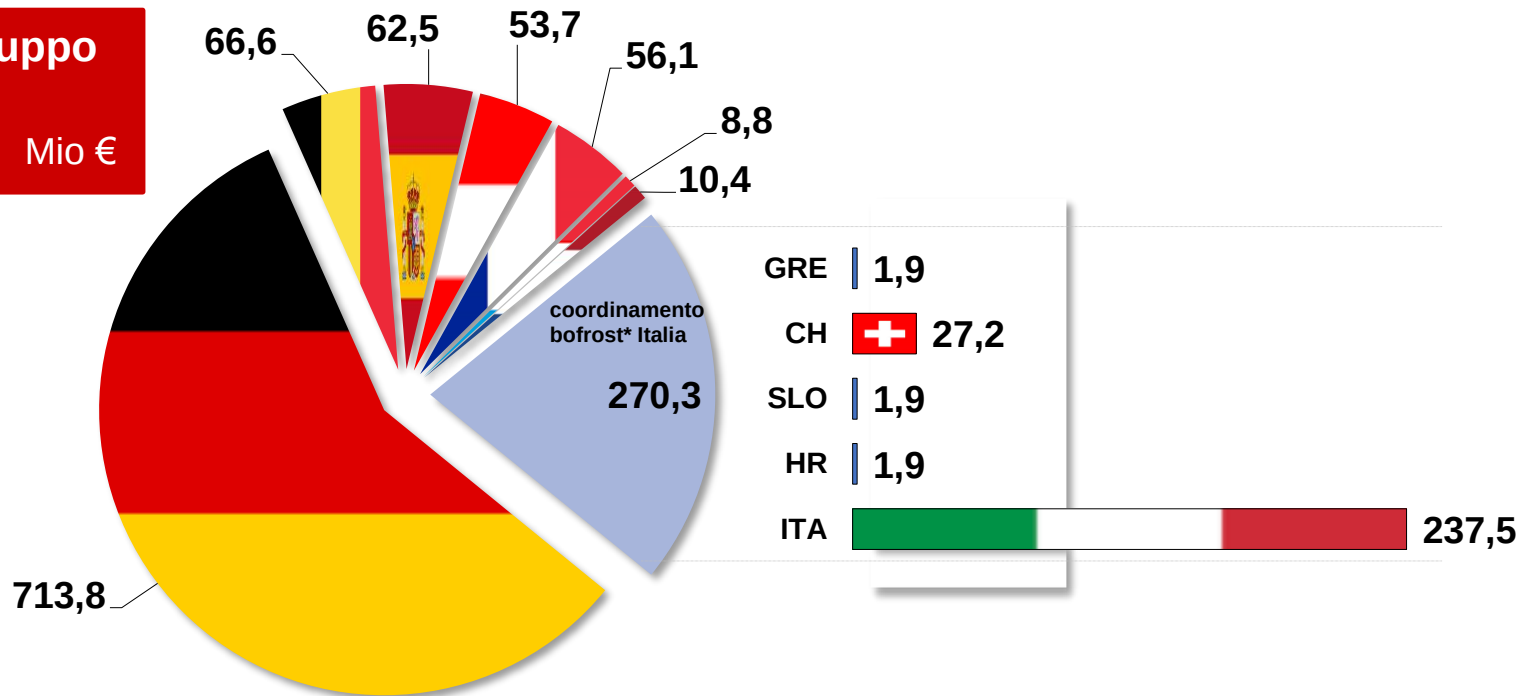


La quota di fatturato di bofrost* in Europa

bofrost* Europa chiude l'anno commerciale 2018/19 con un fatturato pari a 1.242.000.000€

Fatturato Gruppo

1.242,0 Mio €



I canali di vendita: Venditori, Telesellers, Consegnatari e Web

Gli attori del processo di vendita

Venditori



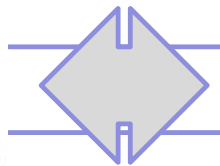
Teleseller



Consegnatari



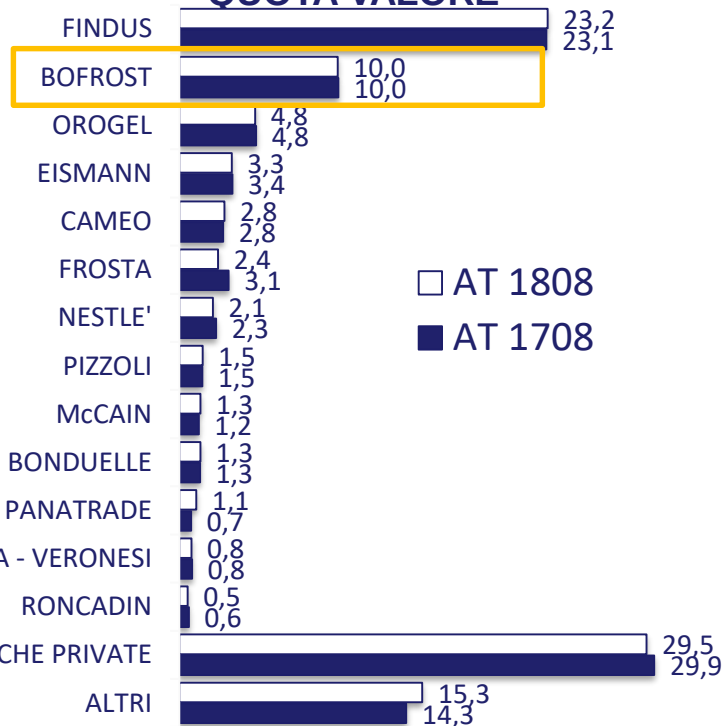
WEB



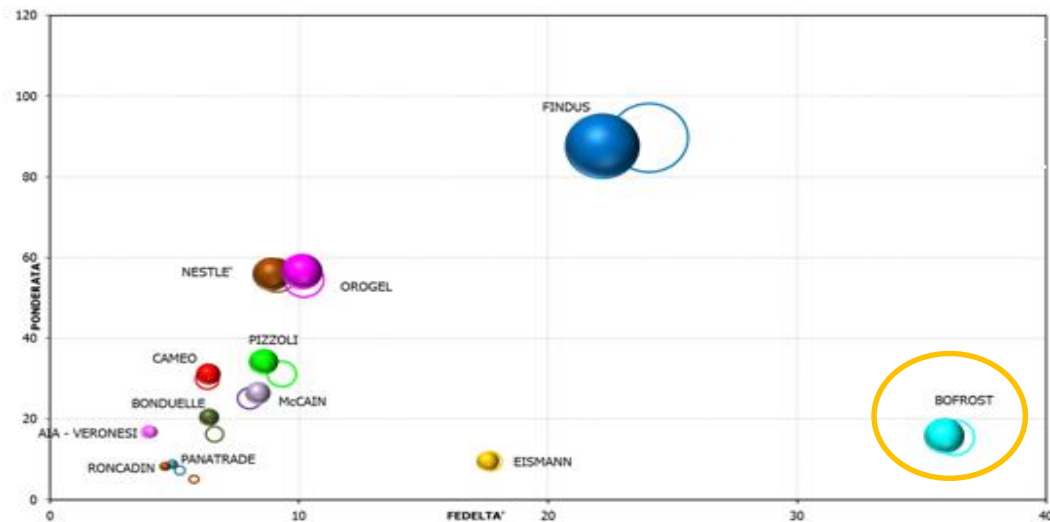
Cooperazione tra canali per garantire la soddisfazione del cliente

L'arena competitiva nei surgelati

QUOTA VALORE



FIDELITY INDEX

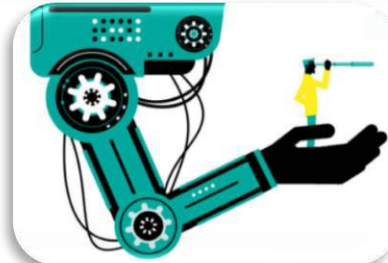


Le 4 direttrici di cambiamento e di sviluppo influenzate dalle nuove tecnologie digitali



UTILIZZO DEI DATI

(big data, IoT, cloud computing)



NUOVE TECNOLOGIE

(robotica, stampa 3D, interazione machine-to-machine)



ANALYTICS

(machine learning)



INTERAZIONE UOMO-MACCHINA

(interfacce touch, realtà aumentata)

Ogni scelta deve, però, essere guidata da una strategia ben definita e condivisa



La Customer Experience Excellence... un'esperienza che delizia i clienti



Pensare non al cliente in senso generale ma pensare alle PERSONAS

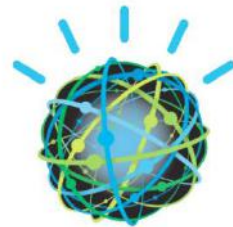
Per dare un'esperienza che delizia bisogna interiorizzare che non tutti i clienti sono uguali e bisogna rispondere in maniera personalizzata con prodotti, offerte e comunicazione.



Da questa esigenza nasce il progetto PERSONAS insieme ad IBM

Gli scopi del progetto PERSONAS:

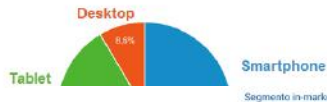
- ❄ **Scoprire le informazioni nascoste** nei dati già in possesso di bofrost* e sfruttarle per condurre campagne di marketing personalizzate a segmenti specifici (il prodotto giusto, al cliente giusto, con la giusta modalità di comunicazione).
- ❄ **Disegnare Personas** ed le loro esperienze d'acquisto per individuare possibili opportunità di miglioramento nell'offerta di bofrost* dal punto di vista del cliente oppure offrire nuovi servizi.



IBM WATSON

ANALISI DEI DATI SULLA PERSONAS (CLUSTER NUOVI)

Sia Facebook che Google Analytics confermano che le donne under 55 utilizzano principalmente **device mobili** per connettersi a internet.



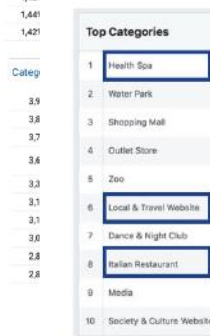
Anche su Facebook gli interessi principali corrispondono a

que

Rispetto alla media della popolazione italiana, questo target è **più spesso coinvolti**

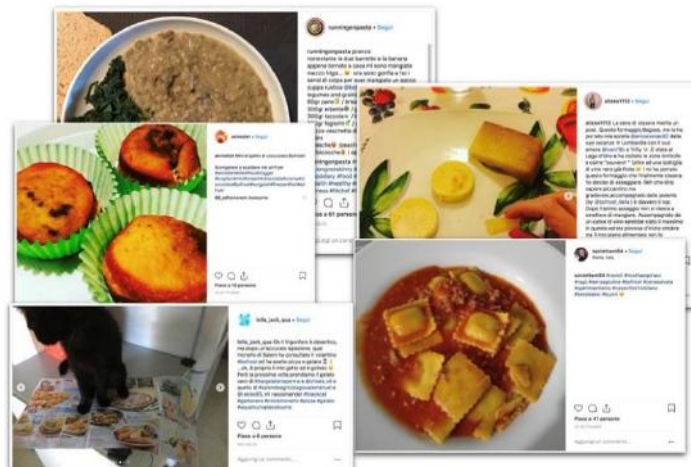


Interessi
I Viaggi e il cibo sono tra i temi più interessanti per questo target



Relationship Status

Self-reported data from people





bofrost ❄️



BLOCKCHAIN & FOOD TRUST

L'evoluzione nelle priorità d'acquisto

I millennials, spinti dal digitale, sono sempre più focalizzati sui prodotti L.A.T.T.E. ...



dei consumatori considera il "Km 0" la scelta sempre più frequente e rilevante nell'esperienza d'acquisto



Dei consumatori acquisterebbe un prodotto da un brand che mostra un sincero commitment verso i suoi valori



Dei consumatori desidera ricevere informazioni relative all'intero processo produttivo del prodotto dalla provenienza alla vendita



Dei genitori "millennial" trova importante un brand che proponga l'indicazione della provenienza degli ingredienti



Dei consumatori italiani considera la reputazione dell'azienda durante l'acquisto e il 69% sostiene le cause etiche delle aziende produttrici

Sources: Osservatorio Birra Moretti, ricerca Now Panel, Gs1

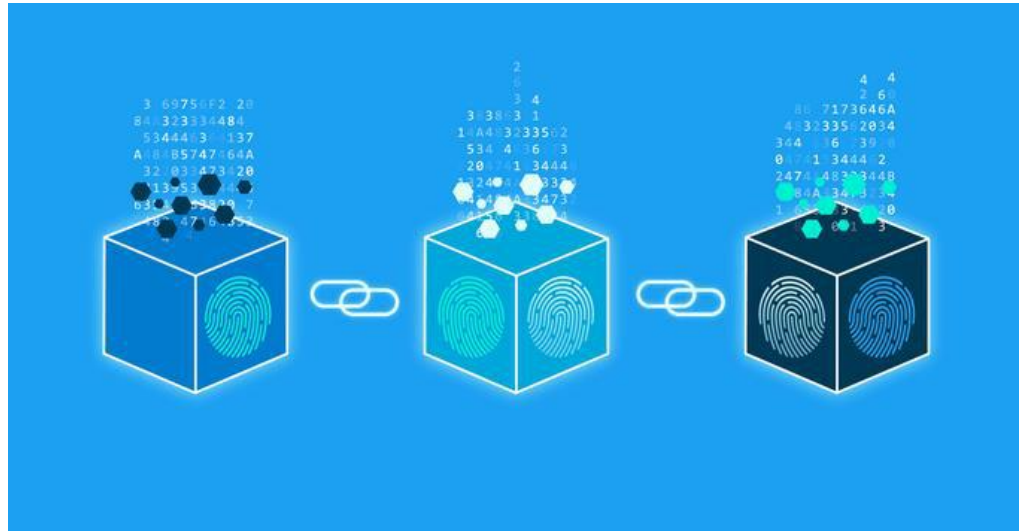
La leva competitiva della trasparenza



L'applicazione della tecnologia Blockchain nel Food

La Blockchain rappresenta una sorta di **Internet delle Transazioni**. La Blockchain affianca la Internet delle persone che usiamo e frequentiamo ogni giorno per rappresentare la **Internet del Valore** sulla base di quattro concetti fondamentali:

- * decentralizzazione
- * trasparenza
- * sicurezza
- * immutabilità



L'innovazione a supporto della strategia Blockchain, perché di valore



Produttore

- Piattaforma che integra tutte le informazioni della filiera, aumentando:
 - Trasparenza
 - Sicurezza (grazie alla crittografia)
 - Immutabilità
 - Automazione
- Migliore reputazione sul mercato
- Incremento dei margini potenziali giustificati da una maggior qualità
- Aumento del potere negoziale nei confronti del trade giustificato da una maggior autorevolezza del prodotto
- Non modificabilità dei dati forniti dagli operatori della filiera, che risulteranno così responsabili delle informazioni comunicate



Consumatore

- Accesso comodo e veloce alle informazioni tramite etichetta intelligente
- Trasparenza delle informazioni
- Garanzia di qualità e territorialità
- Word of Mouth e knowledge sharing tramite il collegamento con social networks
- User experience rivoluzionata grazie all'approccio *Storytelling* e alla possibilità di *gamification*
- Learning - informazioni sui processi produttivi

Uno strumento informativo formidabile in mano ai clienti



I 5 SUGGERIMENTI PER UN PROGETTO DI BLOCKCHAIN

1. Ecosistema



La membership deve essere aperta a tutti i partecipanti all'ecosistema

2. Business Value



Il sistema deve essere disegnato in modo tale che ogni partecipante possa vedere un ROI positivo



3. Modello di Governance



Il sistema deve essere costruito con la collaborazione dell'industria attraverso i suoi leader. Deve garantire fiducia, equità e privacy.

4. Standard & Interoperabilità



Utilizzare quanto più possibile gli standard del business (ad es. GS1) e della tecnologia (ad es. Hyperledger) per rendere più semplice e ampia la partecipazione

5. Tecnologia



Innovazioni che includono blockchain e analytics, devono essere costruite sulla base di dati aziendali sicuri, affidabili e scalabili



Bontà e passione

