



**bofrost** ❄️

**bofrost** ❄️



**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

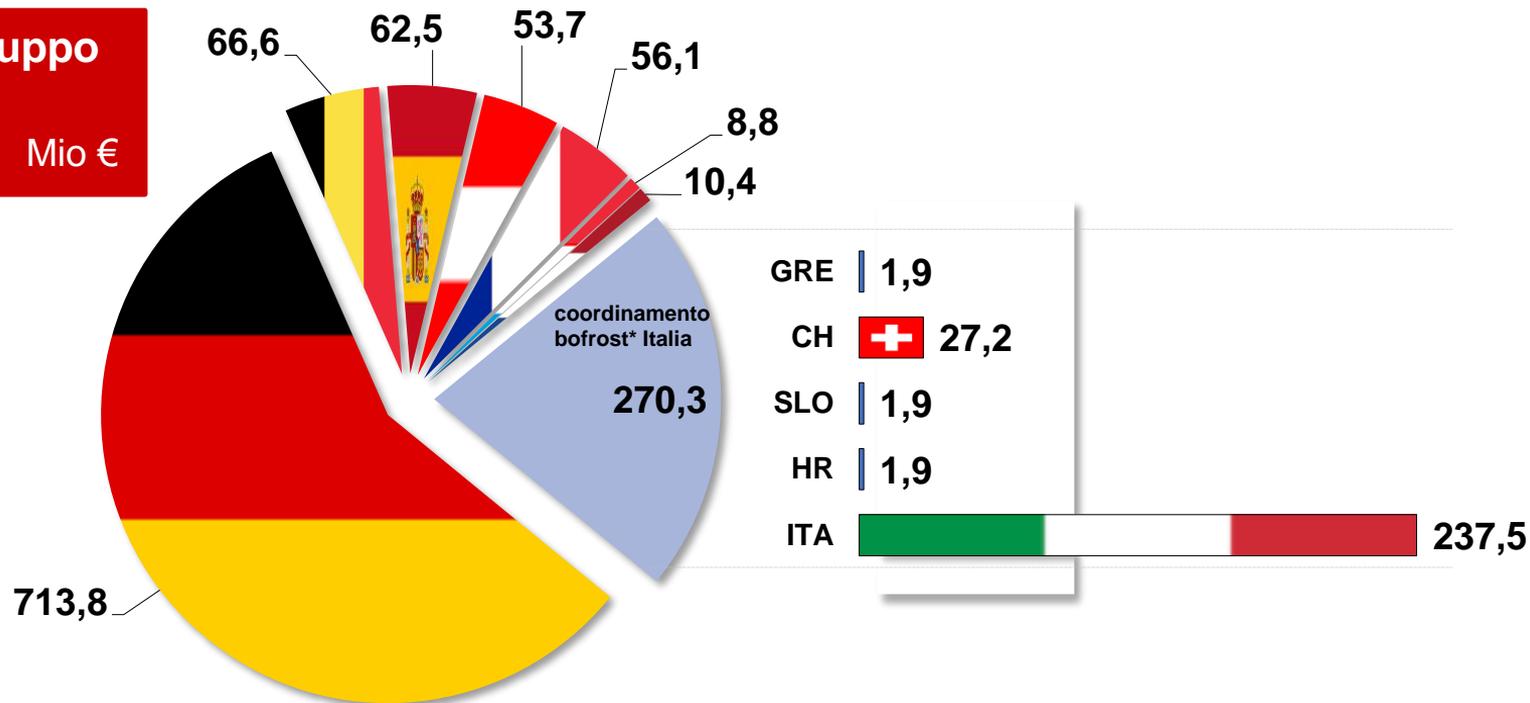


# La quota di fatturato di bofrost\* in Europa

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



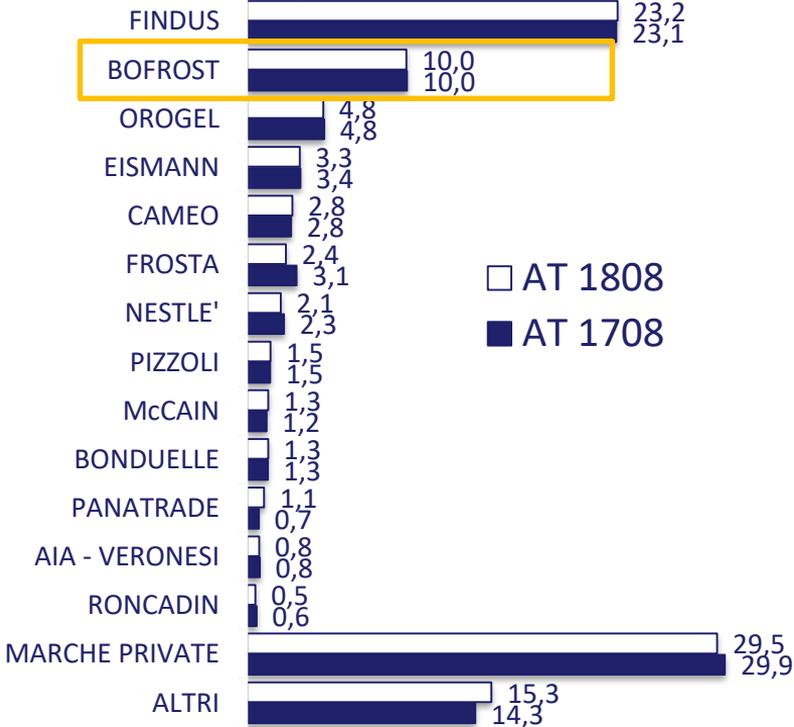
WEB



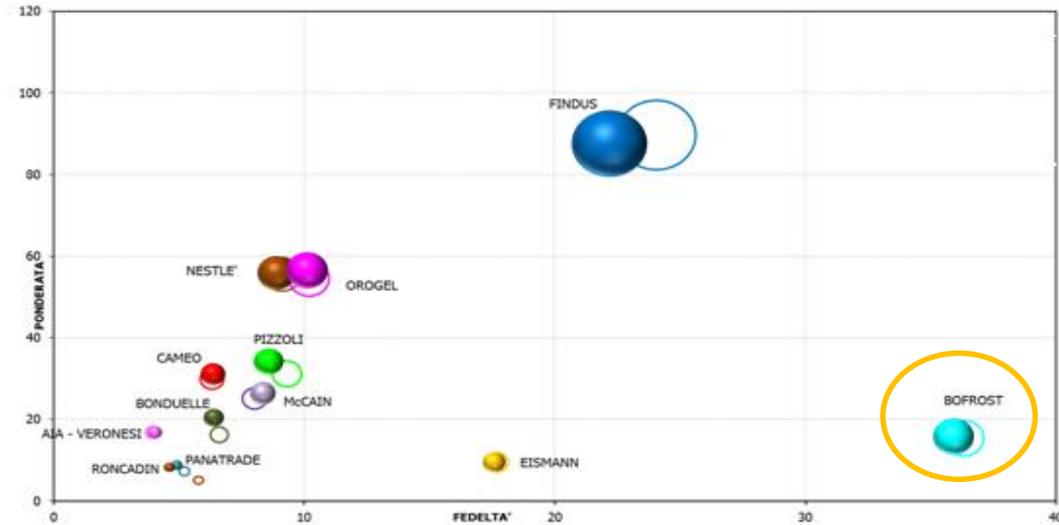
Cooperazione tra canali per garantire la soddisfazione del cliente

# L'arena competitiva nei surgelati

## QUOTA VALORE



## FIDELITY INDEX

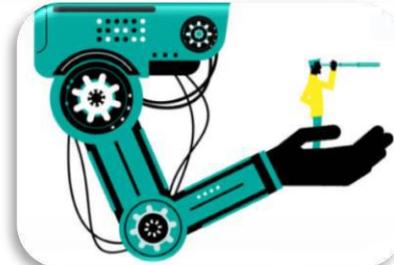


# Le 4 direttrici di cambiamento e di sviluppo influenzate dalle nuove tecnologie digitali



## UTILIZZO DEI DATI

*(big data, IoT, clud computing)*



## NUOVE TECNOLOGIE

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



## ANALYTCS

*(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

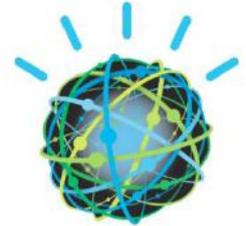
Per dare un'esperienza che delizia bisogna interiorizzare che non tutti i clienti sono uguali e bisogna rispondere in maniera personalizzata con prodotti, offerte e comunicazione.



# 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.

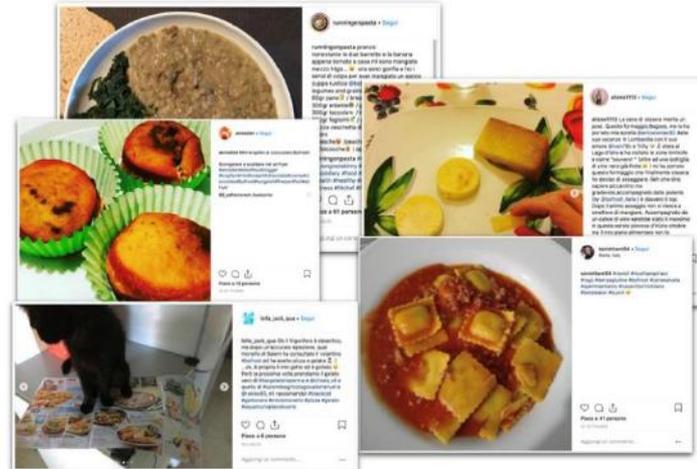
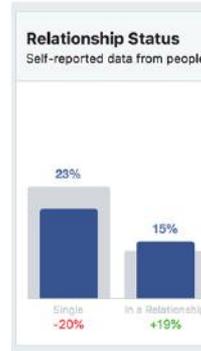


Anche su Facebook gli interessi principali corrispondono a **viaggi** e **cibo**.

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



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





**bofrost** ❄️

**DOLCEZZE**  
della bella  
stagione



**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. ...

**L**

**LOCALE**  
**70%**

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

**A**

**AUTENTICO**  
**55%**

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

**T**

**TRASPARENTE**  
**79%**

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

**T**

**TRACCIATO**  
**82%**

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

**E**

**ETICO**  
**97%**

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

# 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