

## MANUFACTURING : BTicino



“CON L’INTRODUZIONE DELLO STRUMENTO DI BUSINESS INTELLIGENCE SI È RESA POSSIBILE LA REALIZZAZIONE DI UN CRUSCOTTO DI CONTROLLO DI CRM (CRM SCORECARD) - DI FACILE ACCESSO - CHE DELINEA IN MANIERA SINTETICA TUTTE LE INFORMAZIONI PRINCIPALI NECESSARIE PER MANTENERE UN CONTROLLO EFFICACE DELLE INFORMAZIONI RELATIVE AI CLIENTI E ALLE LORO INTERAZIONI.” ANDREA CERRI, RESPONSABILE CRM E E-BUSINESS

### L’azienda

Nel mondo, in oltre 60 paesi, BTicino porta i valori della qualità, della tecnologia e soprattutto del design italiano introducendo, nell’ambito delle prestazioni funzionali e installative, i pregi dell’estetica e del comfort.

Fattori che, attraverso lo studio di forme, materiali e colori, hanno portato verso una nuova concezione di design. Un design che per BTicino non è solo strumento di decorazione, bensì capacità di partecipare ad un progetto con soluzioni innovative, in grado di incidere sulla qualità di vita e di lavoro.

In quest’ottica va letto il frequente rinnovo della gamma di prodotti e soprattutto la creazione e introduzione presso i consumatori di nuove tecnologie, di cui la domotica è e sarà nei prossimi anni la punta più avanzata. Dal 1989 BTicino fa parte della multinazionale Legrand, leader mondiale delle apparecchiature elettriche per l’installazione in bassa tensione.

### Il mercato

Il mercato elettrico presenta una filiera lunga animata principalmente dagli installatori e dai progettisti elettrici che si riforniscono presso i distributori. Per BTicino questi professionisti rappresentano dei clienti indiretti ma importantissimi per poter mantenere un controllo attento sull’andamento del mercato italiano.

Ovviamente, l’assenza di una relazione commerciale diretta ha sempre reso molto più complessa la possibilità di avere un controllo sicuro e misurabile su questi professionisti, anche per la mediazione della catena distributiva. Per questo motivo BTicino ha sempre utilizzato le proprie leve di servizio verso la popolazione professionale per poter arricchire la conoscenza diretta di questi clienti.

Attraverso i touchpoint classici (Call Center, Assistenza Tecnica, Formazione, ecc.) e i dati generati da questi canali, si è cercato di costruire un profilo completo e attendibile del cliente: apprendere la struttura delle relazioni attraverso la somma dei contatti.

# bticino

### STATISTICHE

DATABASE: ORACLE 9

DIMENSIONE: 100 GB

# UTENTI: 40 WEB USER

AMBIENTE: WINDOWS SERVER 2003

### APPLICAZIONI

ANALISI CONTATTI CRM

CRUSCOTTO REPORTISTICA CONTATTI, DATA MART ANALISI

CALL CENTER, ASSISTENZA, PROMOZIONI, SFA

All'inizio di questo tentativo BTicino era in possesso esclusivamente dei database di questi differenti canali non armonizzati tra loro, ma in seguito, con l'introduzione del CRM, si è passati alla gestione di un sistema integrato a livello di informazioni.

Attraverso il CRM BTicino ha cominciato ad operare sulle informazioni, ma ben presto ci si è accorti che questo tipo di approccio aveva due limiti: nella facilità di accesso ai dati e nella flessibilità di manipolazione delle informazioni. La creazione di file ad hoc per gli utenti non analisti e la creazione da zero dei report erano diventate operazioni decisamente troppo onerose e con tempi che intaccavano la freschezza del dato.

### La Business Intelligence

Per questo motivo BTicino ha deciso di dotarsi di un sistema di BI, con il preciso obiettivo di rendere il proprio patrimonio di dati accessibile agli utenti marketing e commerciale, garantendo la possibilità di realizzare differenti report.

La scelta è caduta su MicroStrategy per alcune distintive funzioni del software che lo rendevano particolarmente adatto alle esigenze dell'azienda.

Per prima cosa il collegamento ai DB originali realizzato in modo diretto e semplice è risultata una funzione determinante, considerando la complessità di architettura dei sistemi che dovevano essere allineati. MicroStrategy ha garantito il collegamento in modo diretto senza dover implementare alcun ETL.

In secondo luogo, per BTicino era particolarmente interessante la possibilità di trasformare, computare e gerarchizzare i dati senza dover intervenire sui database originali. In questo modo l'ampiezza di articoli a catalogo è stata resa di semplice analisi grazie alla creazione di una gerarchia dedicata in MicroStrategy che non ha modificato quella standard dei sistemi informativi aziendali.

Infine, è stata determinante la facilità e flessibilità che MicroStrategy garantiva nella costruzione dei report e nella modifica dell'ambiente stesso. Questa funzione è particolarmente importante considerando che BTicino ha spesso necessità di modificare il proprio punto di vista per poter osservare meglio i fenomeni che avvengono sul mercato e nei clienti.

*"Attualmente il sistema di BI MicroStrategy viene utilizzato per mettere in evidenza tutti quei fatti che quotidianamente caratterizzano la relazione tra i clienti e l'azienda, garantendo a BTicino una maggiore comprensione del cliente e della sua attività"* ha affermato Andrea Cerri, Responsabile CRM e E-Business.

Attraverso dei report costruiti in modo dinamico nell'applicativo, il personale commerciale/marketing può verificare l'andamento dei singoli canali (es. motivi più frequenti di chiamata al call center, accesso ai corsi di formazione in differenti aree) per gestire in modo ottimale i servizi erogati. I servizi di presentazione del dato permettono a tutte le figure professionali coinvolte un'interpretazione semplice dei dati senza la necessità di creare query o di accedere ai dati in modo complicato. Un altro utilizzo molto intenso consiste nell'individuazione di cluster

per indirizzare campagne di marketing in modo mirato sia a livello professionale sia geografico. In questo modo i clienti professionali, seppure indiretti, acquisiscono una fisionomia per l'azienda e diventano un target potenziale. Grazie a tali informazioni e al loro raggruppamento intelligente in cluster, BTicino riesce ad approfondire la conoscenza dei clienti per poter attuare delle politiche di marketing accurate.

*Andrea Cerri ha rilevato come "Con l'introduzione dello strumento di Business Intelligence si è resa possibile la realizzazione di un cruscotto di controllo di CRM (CRM Scorecard) - di facile accesso - che delinea in maniera sintetica tutte le informazioni principali necessarie per mantenere un controllo efficace delle informazioni relative ai clienti e alle loro interazioni."*

Questo è stato per BTicino il primo importante passo verso il completo sfruttamento dei propri dati di Business Intelligence, in un prossimo futuro, sempre utilizzando MicroStrategy come partner, vi sono al vaglio nuove soluzioni per rendere ancora più esaustiva la fruibilità dei dati.

È infatti in progetto l'implementazione del modulo MicroStrategy Report Services per garantire agli utenti, che si sono ormai impraticati con l'analisi dei dati, la possibilità di modificare e personalizzare i report. L'obiettivo è quello di rendere gli utilizzatori parte attiva del processo di analisi per aumentare la capacità di comprensione del dato in tutta l'azienda.