L’altro volto dell’eCommerce: come il commercio digitale può guidare la trasformazione aziendale

eCommerce meets fashion, Lugano 13-03-2017

To be, or not to be, that is the question

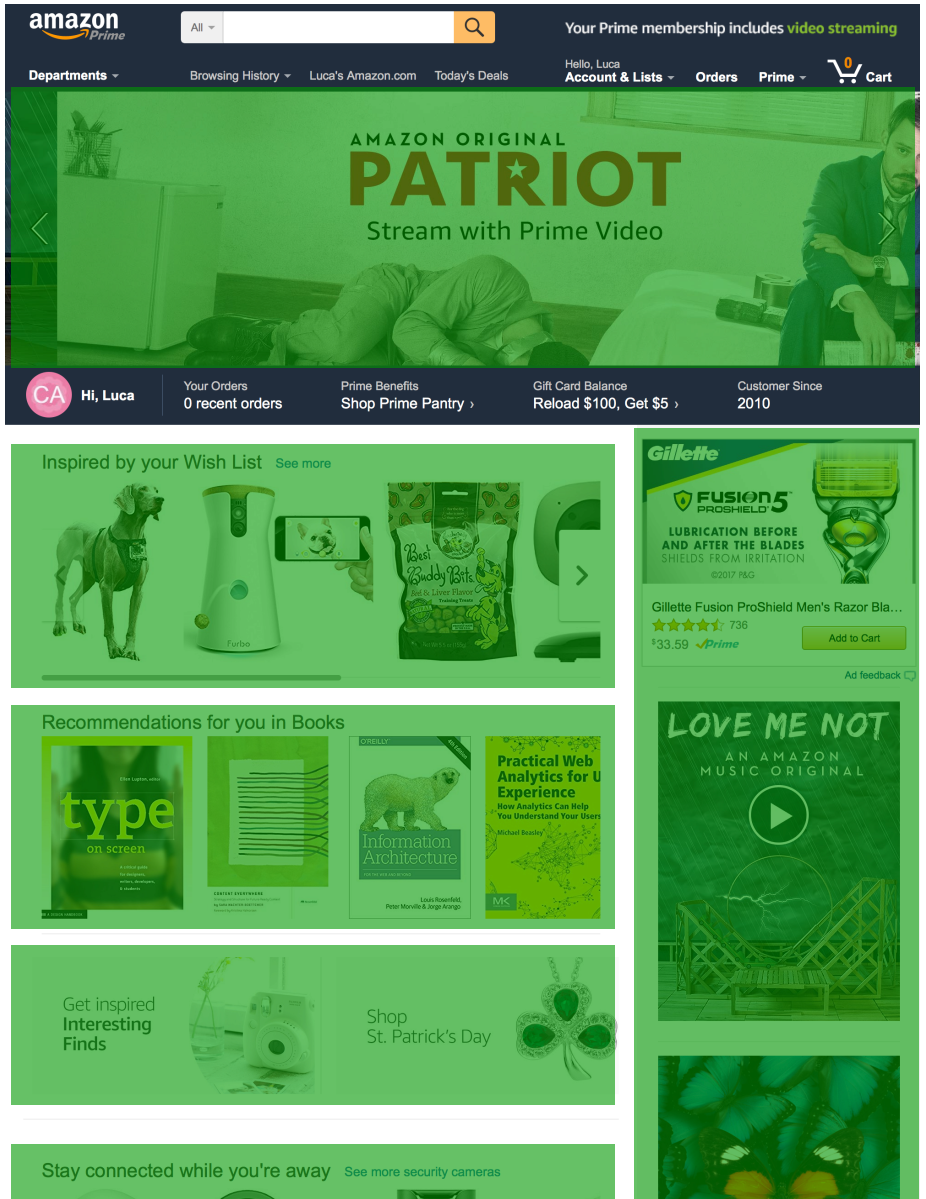
Esiste **digitale** senza **trasformazione**?

La digitalizzazione esige **ridefinizione** di **organizzazione e processi** aziendali?

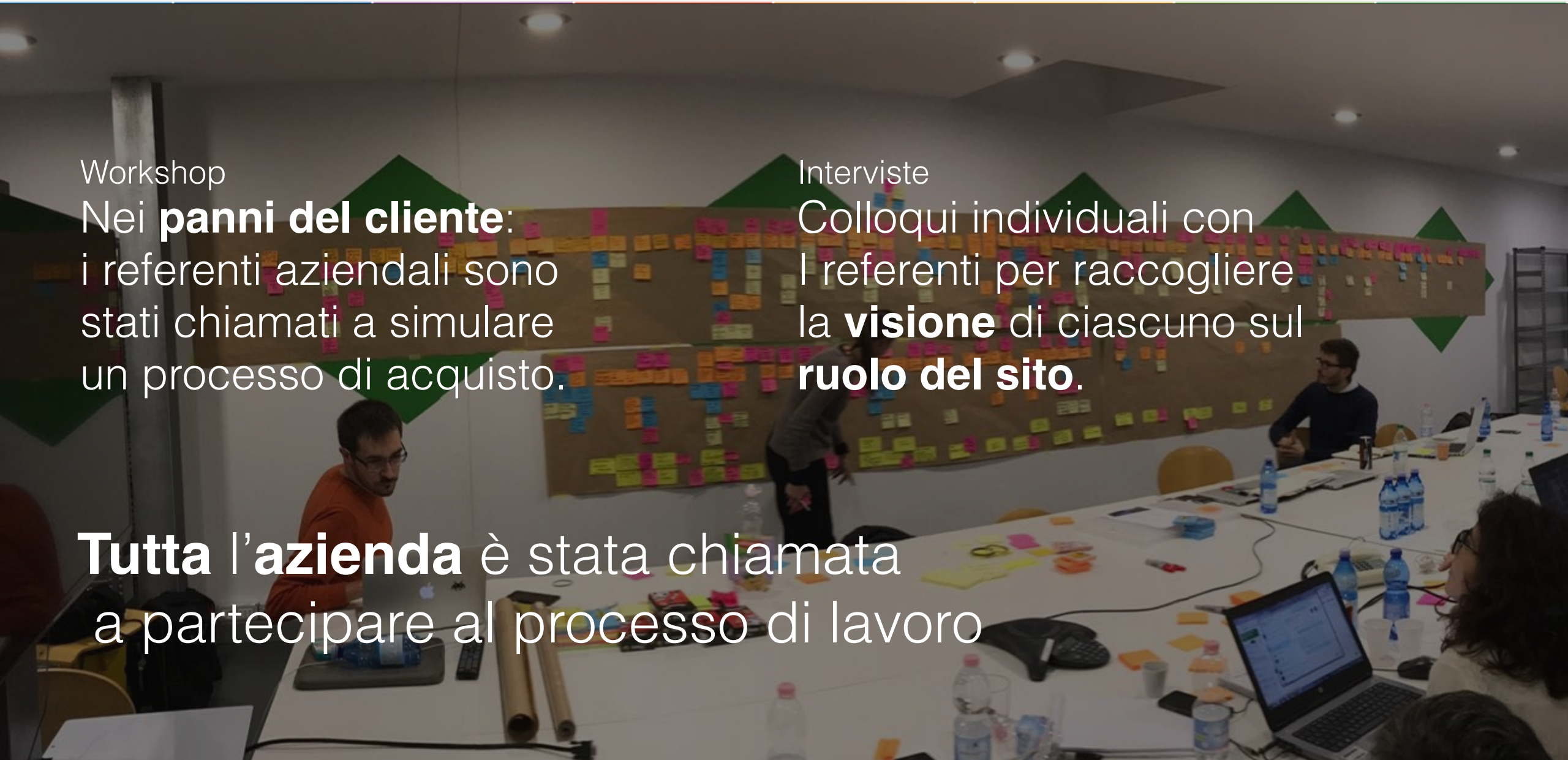
Il contesto Retail

L’opportunità

Il Gruppo punta a trasformare i processi di design e produzione di contenuti facendo di benetton.com l’**agente di cambiamento**



Lo startup



Workshop

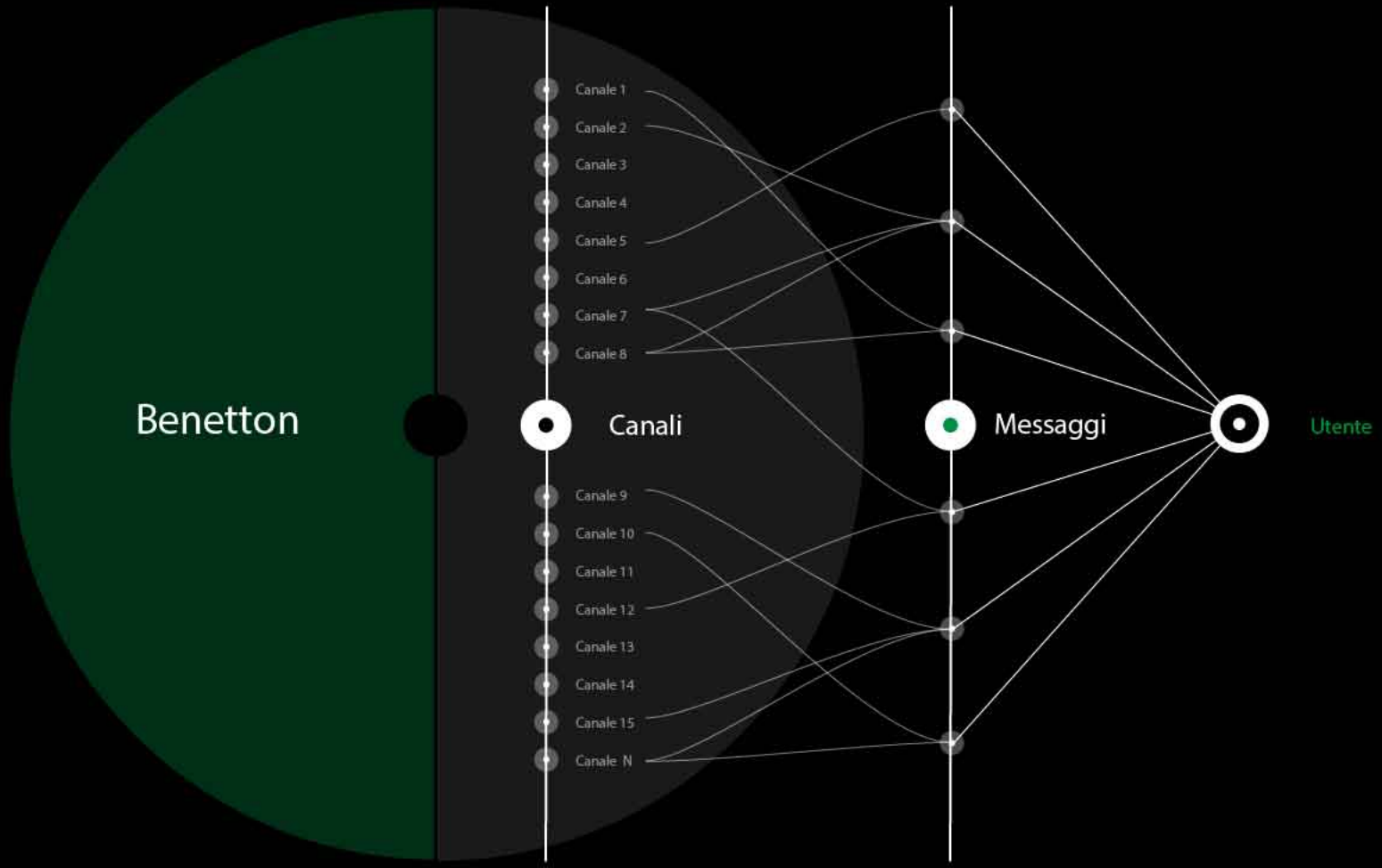
Nei **panni del cliente**:
i referenti aziendali sono stati chiamati a simulare un processo di acquisto.

Interviste

Colloqui individuali con I referenti per raccogliere la **visione** di ciascuno sul **ruolo del sito**.

Tutta l'**azienda** è stata chiamata a partecipare al processo di lavoro

AS IS / **Ogni canale un’industria a sé**

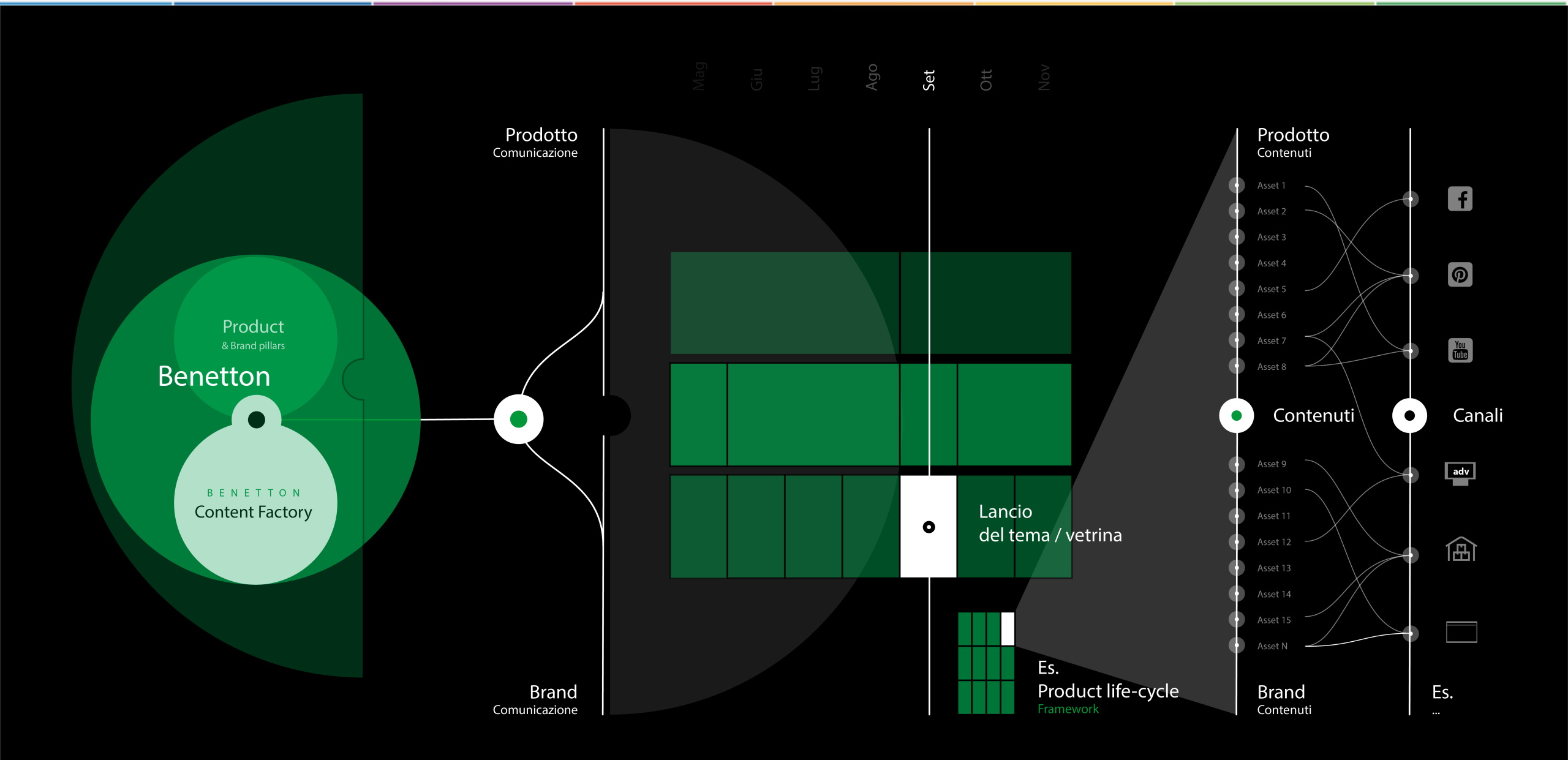


TO BE / **centralità agli Eventi**

La metafora

Content Factory

Content Factory / **il processo**



Riflessioni

Il processo di **redesign del sito** ha in sé gli ingredienti per essere **volano del cambiamento**.

Il contatto con questo percorso oggettiva la **centralità dei contenuti** nell'era digitale ed è un efficace passo nel **ripensare modelli e consuetudini** aziendali.

Conclusioni

1. Abilitate i team a **co-mappare l'esperienza cliente** per raccogliere informazioni, dati, e prospettive

2. Fate sì che i service 'digital' **entrino nel merito** del funzionamento aziendale e nel vivo dei processi

3. Non siate timidi nel **mettere a contatto** le risorse digital con la filiera aziendale tradizionale

BENETTON GROUP

L’altro volto dell’eCommerce: come il commercio digitale può guidare la trasformazione aziendale

eCommerce meets fashion, Lugano 13-03-2017