



In close  
cooperation

**BR**AIN FORCE

# Twitter e Demand Forecasting: quale valore per il Retailer?

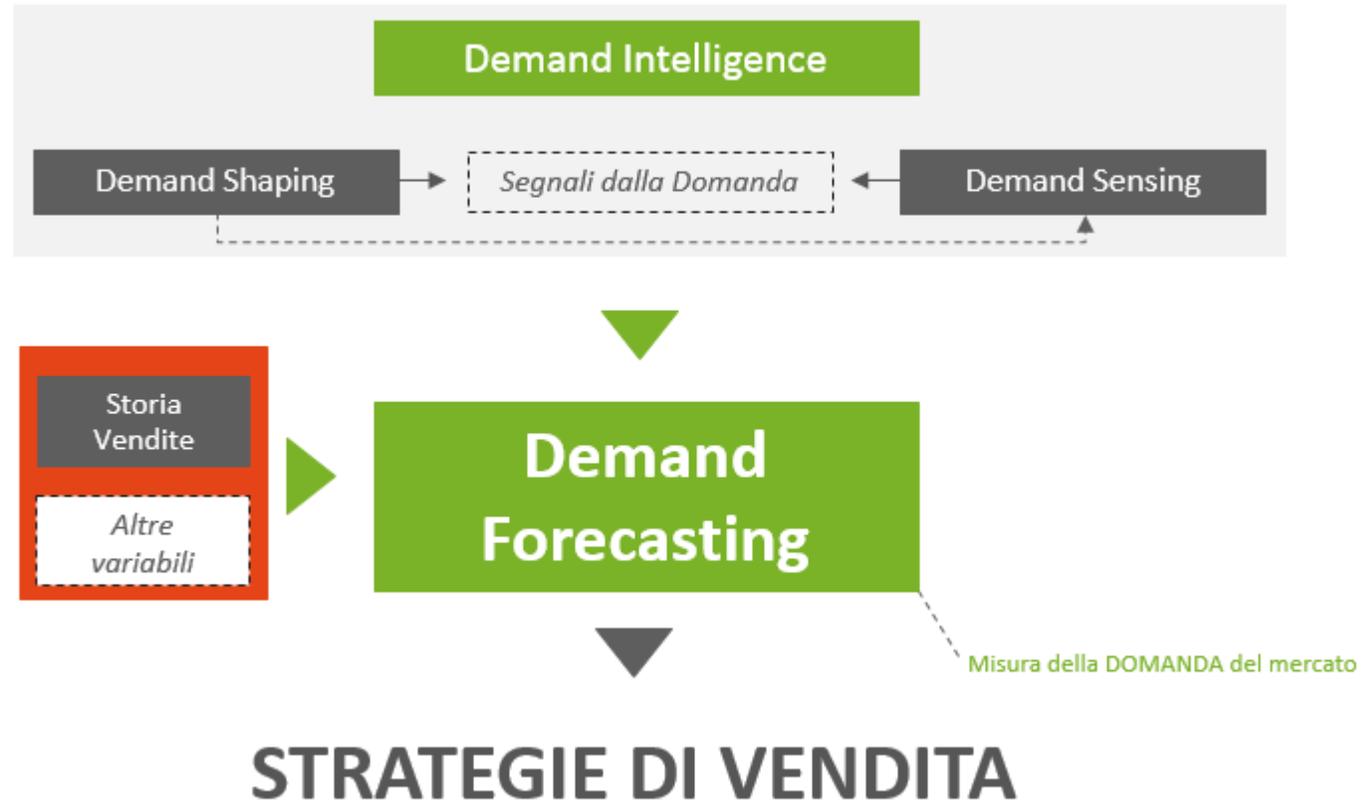
CONGRESSO NAZIONALE A.I.S.M. 2016 - Digital Transformation

18 Febbraio 2016

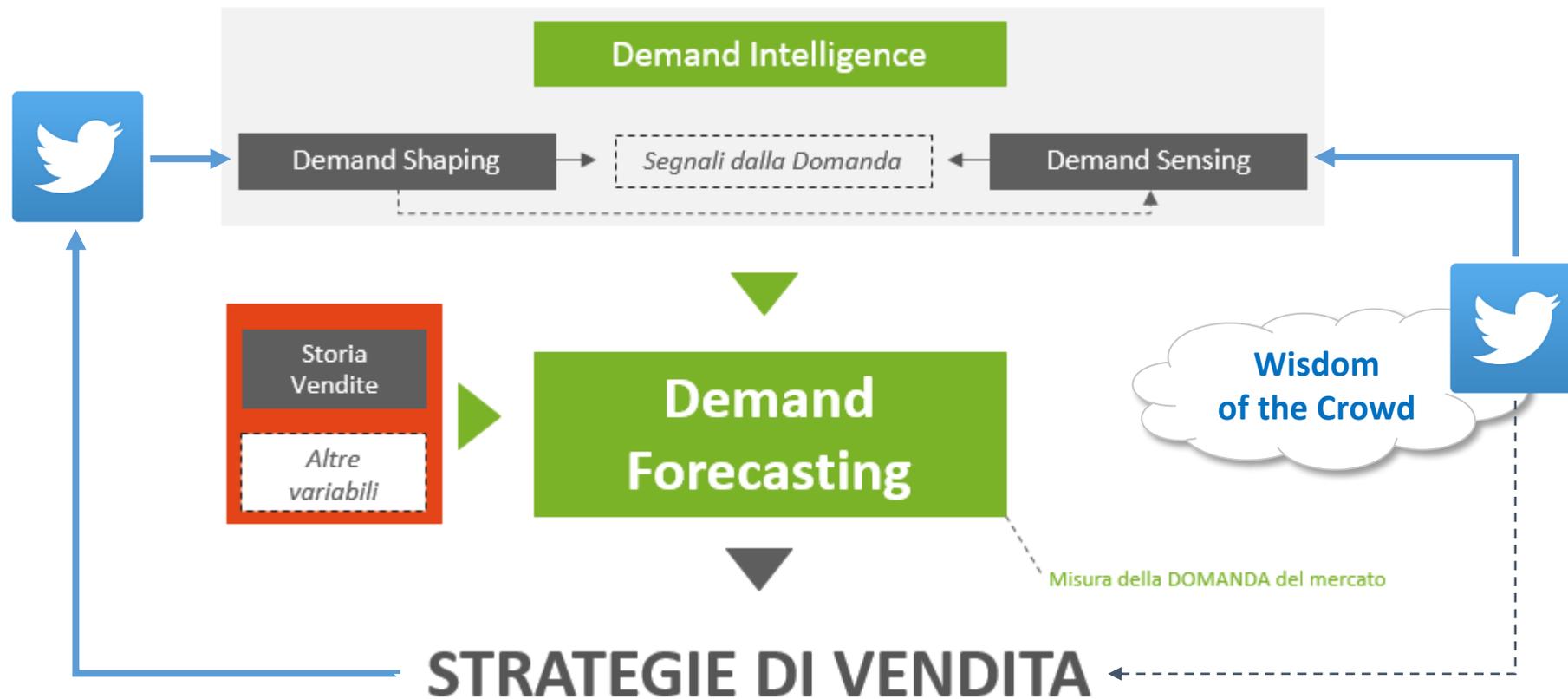
ANTONELLA FERRARI  
Business Analytics Principal

ALESSIO MAGGI  
Digital Strategist

# Il nostro approccio



# Il nostro approccio





# Il nostro approccio

**BRAIN FORCE**





# Il caso

**BRAIN FORCE**

Retailer presente unicamente sul territorio italiano.

Lo abbiamo supportato nell'analisi della Clientela e nell'implementazione di una Strategia digital.

Vediamo come l'utilizzo di Twitter all'interno degli store ha modificato il rapporto con la Clientela e ottimizzato le Strategie di Vendita.

# Il metodo



Raccolta dati



Analisi



Definizione e  
implementazione  
Strategie





# I concetti fondamentali

**BRAIN FORCE**

## **Demand Shaping**

Configuriamo la Domanda: promozioni, strategie, touchpoints.

## **Demand Sensing**

Attraverso Twitter analizziamo cosa dice il Cliente di quello specifico Prodotto.

## **Il plus**

Twitter diventa così un monitor di analisi...



# L'implementazione

**BRAIN FORCE**

Il Retailer ha deciso su quale range di Prodotti avviare la strategia.

I Clienti sono stati invitati a twittare una frase che sarebbe potuta diventare lo slogan del Prodotto per il quale avrebbero voluto una promozione.

L'analisi dei dati (dove abbiamo supportato il Retailer) ha guidato i processi decisionali e pilotato (in parte) le Vendite.



# Un nuovo scenario

**BRAIN FORCE**





# I benefici

**BRAIN FORCE**

Grazie alle nostre Competenze e al supporto tecnologico di IBM Analytics abbiamo analizzato i dati e stimato accuratamente le vendite.

Abbiamo pilotato (in parte) l'andamento delle vendite verso quei Prodotti a più alta marginalità (come ad esempio Private Label).

Abbiamo aiutato il Retailer a fare Business e lo abbiamo affiancato nella relazione con i Produttori.

**Ora i Clienti si sentono parte integrante dei processi Aziendali e vengono fidelizzati.**

# Digital Transformation





# Digital Transformation

**BRAIN FORCE**

I Clienti sono «digital».

Interagiamo con loro con strumenti «digital». Come si aspettano.

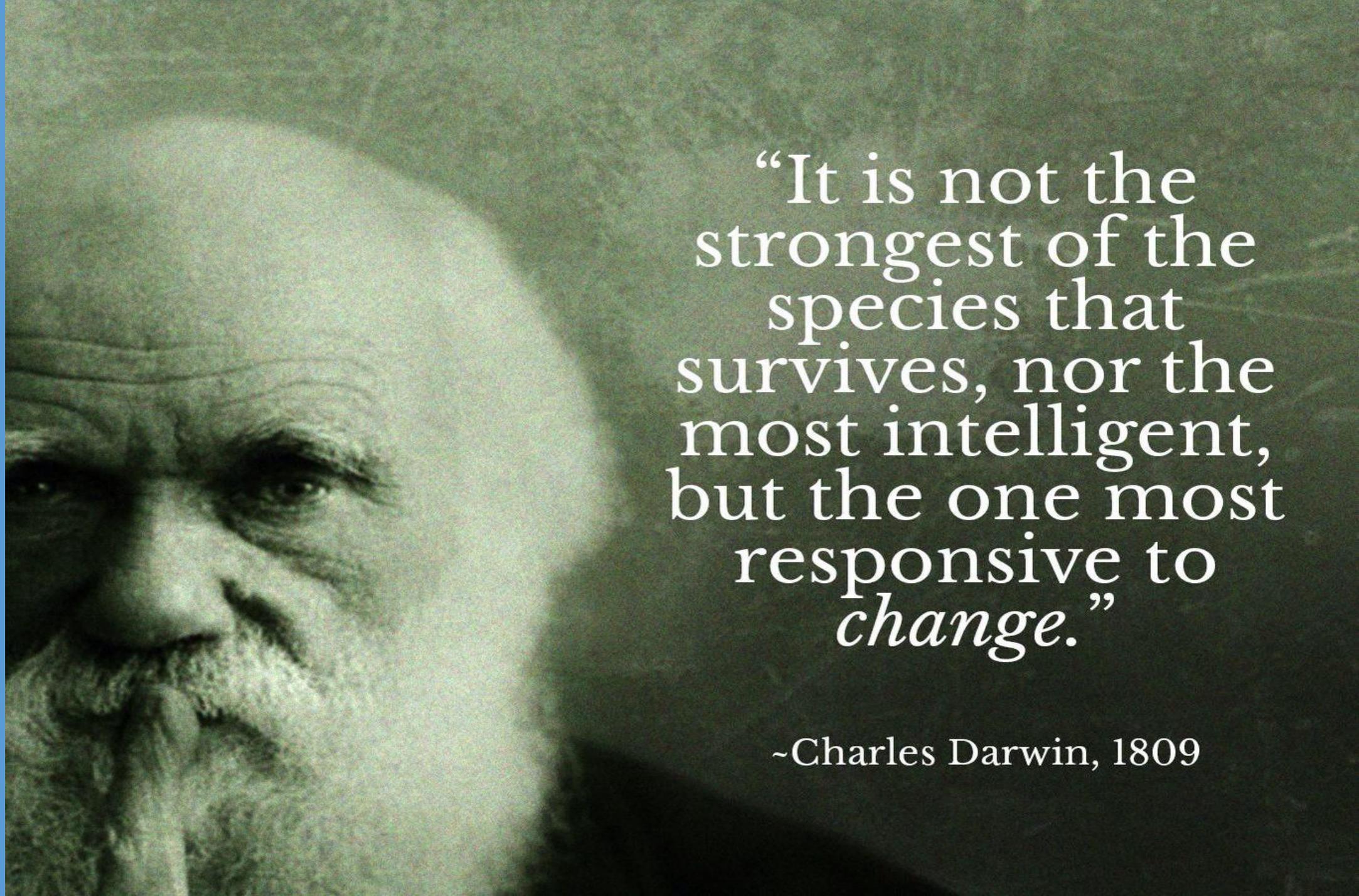
Twitter è uno degli strumenti che abbiamo per rimanere in contatto con loro, capirne le esigenze, la percezione che hanno dei nostri Prodotti o del nostro Brand.

**I modelli per la previsione delle Vendite hanno un nuovo alleato.  
Che cinguetta ;P**



# 2013



A close-up, black and white portrait of Charles Darwin, showing his face and a full white beard. He is looking slightly to the left of the camera with a thoughtful expression.

“It is not the  
strongest of the  
species that  
survives, nor the  
most intelligent,  
but the one most  
responsive to  
*change.*”

~Charles Darwin, 1809



In close  
cooperation

**BR**AIN FORCE



## Twitter e Demand Forecasting: quale valore per il Retailer?

CONGRESSO NAZIONALE A.I.S.M. 2016 - Digital Transformation

ANTONELLA FERRARI  
Business Analytics Principal

ALESSIO MAGGI  
Digital Strategist