

TECNOINOX: FLESSIBILITÀ E SYSTEM INTEGRATION PER IL NUOVO SITO WEB

Un nuovo CMS per soddisfare le esigenze di una miglior gestione dei contenuti, la sincronizzazione dei dati e la raccolta di contatti diversificati per lead generation.



CLIENTE //

 **TECNOINOX**

Da 40 anni, **Tecnoinox** è l'**azienda friulana** che nel tempo è diventata punto di riferimento nel **mondo della ristorazione** offrendo una vasta gamma di **apparecchiature per cucine ad uso professionale** come forni, cucine modulari e salamandre aderenti alle esigenze dei professionisti che operano nell'**Ho.Re.Ca.**

KICKOFF

SITUAZIONE //

Il sito web di Tecnoinox poggiava su un CMS che non poteva più soddisfarne a pieno le esigenze. Con l'adozione di una **nuova brand identity** e la necessità di rendere il **content management più dinamico**, il cliente richiedeva un nuovo **sito web** che potesse permettergli delle **migliori prestazioni**.

Un'altra caratteristica che avrebbe dovuto essere presente nel sito, data la vasta gamma di prodotti disponibili, era la **sincronizzazione automatica** delle informazioni contenute nelle **schede tecniche**, evitando così l'aggiornamento manuale delle stesse ogni volta. Nel caso specifico del cliente, si trattava di sincronizzare le informazioni di **circa 2mila prodotti**.

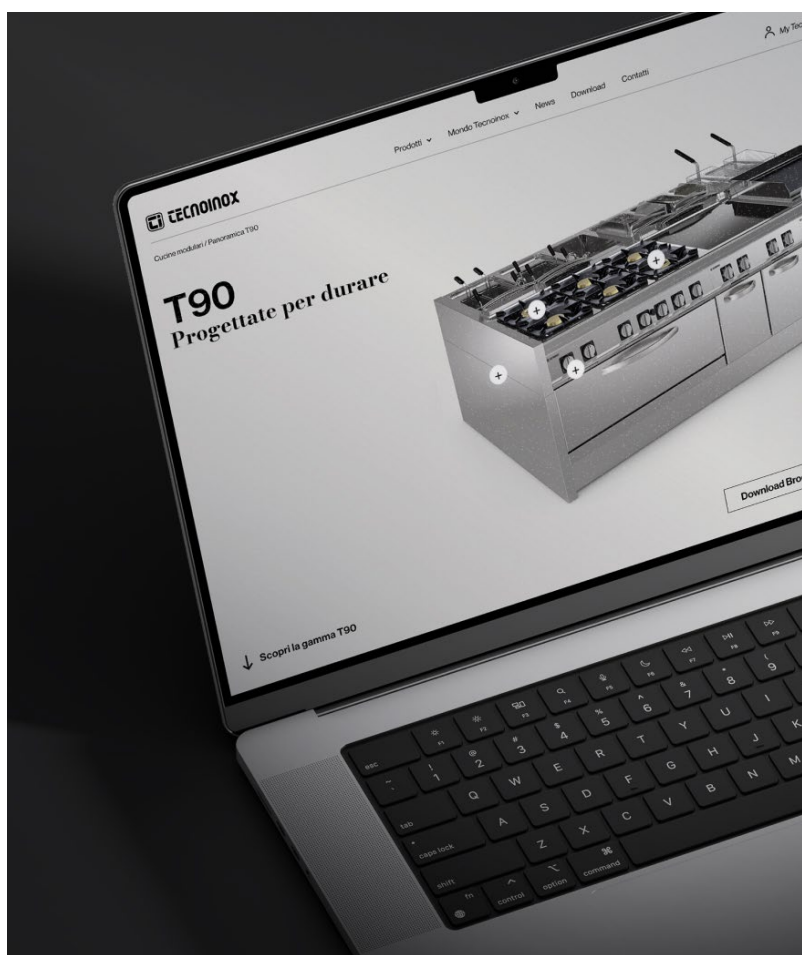
Per il marketing, inoltre, il sito web sarebbe diventato anche uno strumento prezioso per la **raccolta di contatti utili** per le operazioni di **lead generation**.

OBIETTIVI //

- > **Rendere più dinamico il content management** con un nuovo CMS
- > **Affiancare un team esterno** per poter garantire il raggiungimento degli obiettivi
- > Effettuare l'attività di **system integration fra PLM e backoffice** del sito web
- > **Inserire CTA diversificate** per la raccolta di contatti in fase di **lead generation**

STRUMENTI //

- > Wordpress
- > MailUp



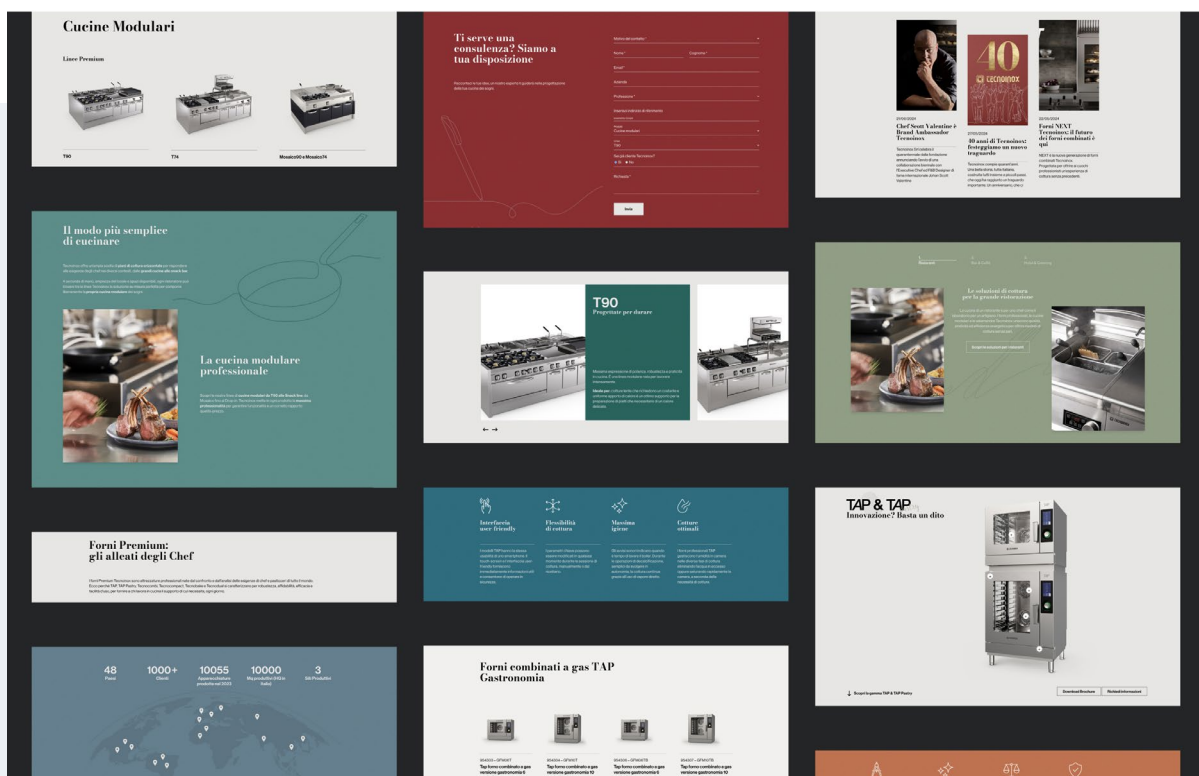
ATTIVITÀ

Dati aggiornati day by day e comunicazione costante grazie alla system integration

01 // UN NUOVO CMS PER LA FLESSIBILITÀ DEL CONTENT MANAGEMENT

In linea con la definizione di una **brand identity rinnovata**, il progetto per Tecnoinox ha previsto una parte di ideazione di design **in carico a un team esterno che noi abbiamo supportato** per tutta la sua durata. Il nostro si è trattato di un affiancamento fondamentale per poter **assicurare la flessibilità** di cui il cliente aveva bisogno **lato content management**. Abbiamo, infatti, predisposto il wireframe e la sitemap per l'organizzazione del sito web e dei contenuti così da guidare al meglio le attività di design.

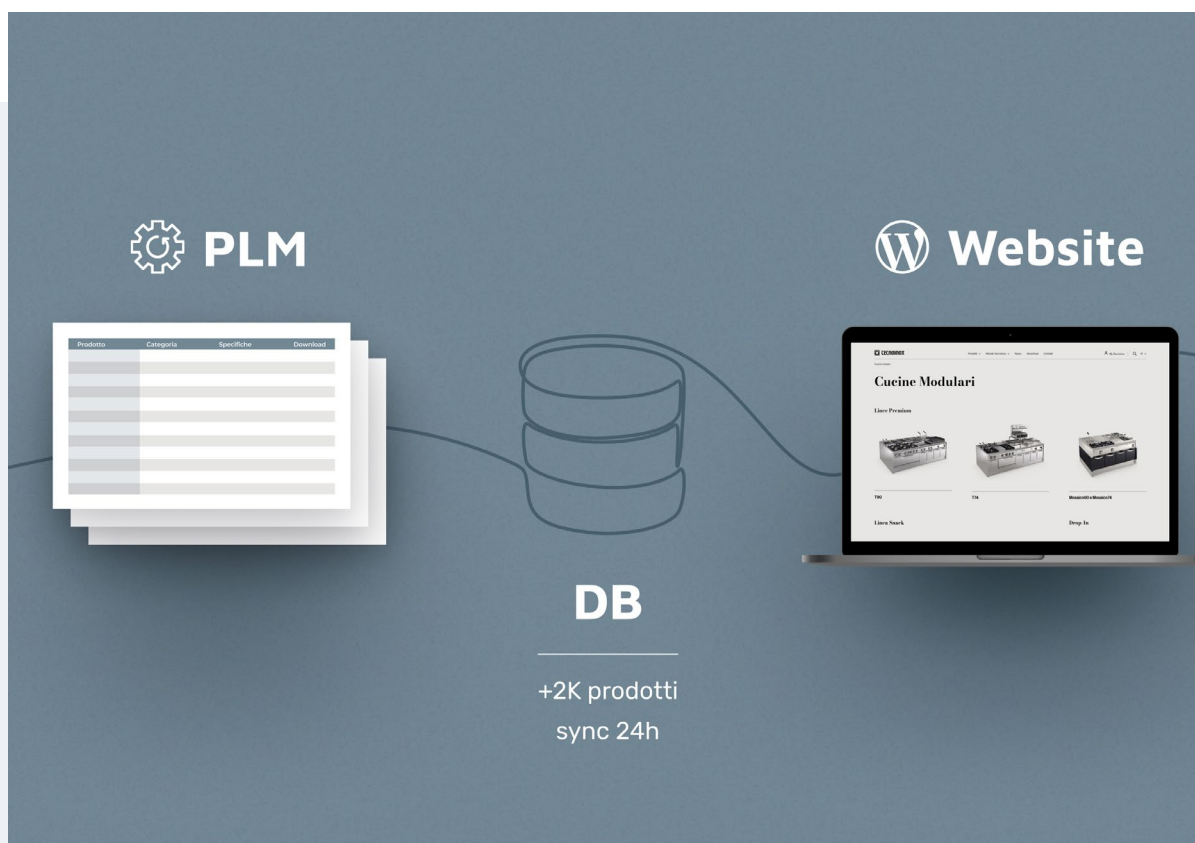
Una volta ottenute le grafiche definitive, ci siamo occupati del relativo **montaggio** nel sito web. Per fare ciò, abbiamo provveduto a **scomporre le creatività così da definire il numero preciso di moduli** con cui vengono montate le pagine su Wordpress, il CMS su cui avrebbe appoggiato il nuovo sito web di Tecnoinox. Lo abbiamo scelto in quanto utilizza una struttura modulare, la quale prevede la creazione di una qualsiasi pagina tramite dei moduli da predisporre secondo le necessità.



02 // SITO WEB E PLM: LA SOLUZIONE PER LA COMUNICAZIONE SINCRONIZZATA DEI DATI

In seconda battuta, ci siamo occupati di **System Integration fra sito web e PLM** (Product Life Management) che contiene ogni singola informazione relativa a tutti i prodotti Tecnoinox anche nelle **diverse lingue disponibili**, oltre all'italiano.

Ci siamo dunque interfacciati con il cliente e i suoi fornitori che curano la parte tecnica del PLM e relativi applicativi così da **definire una strategia** che prevedesse la **creazione di un database di frontiera** per far comunicare sito web e PLM. In questo modo, avremmo evitato il caricamento manuale dei singoli prodotti e permesso, invece, l'**aggiornamento automatico** modificando solo il PLM. Nel database di frontiera, il PLM carica i vari **contenuti relativi ai 2mila prodotti** come immagini, documentazione tecnica, codici prodotto e traduzioni provenienti dai vari server del cliente e che vengono poi **inseriti in modo automatico nel backoffice di WordPress**. Questa è un'operazione che avviene **giorno per giorno**: ogni notte, il cron preimpostato sincronizza i dati automaticamente, andando a prelevare le modifiche caricate il giorno precedente.

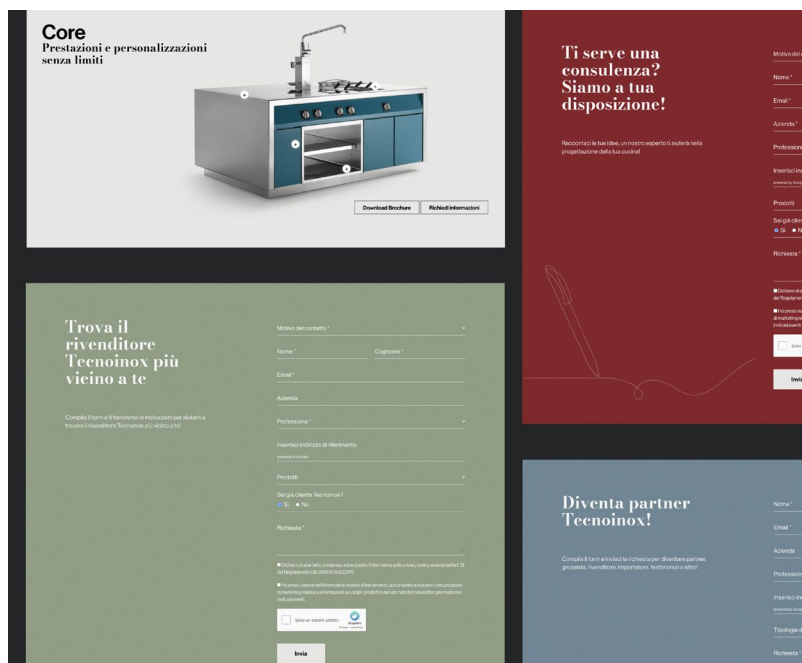


Siamo riusciti ad ovviare anche alla discrepanza fra l'alberatura adottata dal PLM e l'alberatura voluta dal marketing che differiva per la mancanza di alcune sottocategorie. La nostra soluzione consiste nello sviluppo di un **sistema di mappatura dei codici delle categorie dei prodotti** in modo da essere **gestiti dinamicamente dal cliente** secondo le sue necessità, senza essere costretti dalla struttura del PLM.

03 // UNO STRUMENTO PER LA LEAD GENERATION DIVERSIFICATA

Essendo la **raccolta dati** un'attività importante di marketing, il nuovo sito web del cliente non è stato rivisto solamente in funzione di sito vetrina ma anche come **tool di punta per le operazioni di lead generation**.

Ci siamo confrontati per capire quali fossero le richieste nello specifico e, seguendo l'analisi del flusso dei contatti, **abbiamo realizzato più template per i diversi form** che sarebbero stati inseriti all'interno del sito. Tramite **CTA diversificate**, gli utenti possono ora ottenere informazioni riguardo un prodotto specifico, richiedere un preventivo, ottenere una consulenza



tecnica con la semplice compilazione del form più adatto alle loro esigenze; **tutte le risposte** provenienti dai diversi form vengono **gestite da MailUp**, la piattaforma che si occupa di organizzare gli indirizzi mail in apposite liste che vengono poi recapitate ai relativi reparti di competenza.

