

RE 8/3/2011 Con E-GO, Emak ha uno strumento di dialogo dedicato ai rivenditori

REGGIO EMILIA 8 MARZO - Emak (Milano, segmento STAR), uno dei maggiori player a livello europeo nella produzione e nella distribuzione di macchine per la manutenzione del verde, ha completato il lancio di E-GO, il portale b2b dedicato ai rivenditori. Il progetto, partito nel luglio 2010, è inquadrato nel programma strategico noto come "Emak Group Web Presence" e nasce dalla volontà del Gruppo di ripensare e riposizionare la propria presenza on-line, con l'obiettivo di migliorare e rafforzare le relazioni con i rivenditori e con le filiali e distributori esteri.

Spazio on-line dedicato. Come spiega Cristina Ferretti, Responsabile Communication and Web di Emak, «In virtù dell'elevato livello di servizio che possono offrire all'utenza professionale e consumer, in termini di competenza, consulenza al momento dell'acquisto e assistenza post-vendita, i rivenditori rappresentano un patrimonio del nostro Gruppo. E-GO vuole essere uno spazio virtuale condiviso a loro dedicato dove trovare tutte le informazioni e le transazioni utili allo svolgimento della loro attività».

Tu & Emak. Costantemente aggiornato e accessibile tramite log-in (24 ore su 24, 7 giorni su 7) dal sito Web www.ego.emak.it, E-GO si struttura in due sezioni principali: Tu & Emak e Tu & Il Tuo Cliente Finale. L'area Tu & Emak raccoglie tutte le attività del rivenditore nei confronti di Emak ed è a sua volta articolata in quattro moduli distinti:

- **Acquisti:** qui il rivenditore può verificare la disponibilità e il costo delle macchine, dei ricambi e degli accessori, effettuando l'ordine via Web, con la possibilità poi di monitorarlo costantemente. Il cliente business può consultare le promozioni in corso a lui riservate, visualizzare le sue statistiche riferite all'acquisto di macchine, ricambi e accessori, per mese, anno e articolo e scaricare i listini prezzi.
- **Assistenza tecnica:** in questo spazio al rivenditore viene offerta la possibilità di segnalare eventuali difettosità, così da velocizzare la risoluzione delle problematiche tecniche. Inoltre può inviare a Emak la richiesta di riconoscimento della garanzia, verificare la lista dei ricambi consigliati per ogni prodotto a catalogo e navigare nelle FAQ.
- **Marketing:** qui il rivenditore può trovare news per rimanere aggiornato sul mondo Emak, consultare e scaricare materiali promozionali, pubblicitari, fotografie (still-life e ambientate) delle macchine e ricevere e leggere la newsletter Emak a lui dedicata.
- **Contabilità:** in questo spazio il cliente business può visualizzare la sua situazione contabile e consultare e stampare le bolle di consegna e le fatture.

Tu & Il Tuo Cliente Finale. A rendere unico E-GO rispetto alle piattaforme b2b dei competitor di Emak è la sezione Tu & Il Tuo Cliente Finale, che aiuta il rivenditore a gestire le proprie attività nei confronti dei clienti finali. In concreto, in quest'area il dealer può creare preventivi personalizzati per i suoi clienti, con la possibilità di corredarli con le specifiche tecniche e le foto della macchina, può creare e gestire un proprio database clienti e registrare le proprie vendite e può personalizzare gli strumenti di comunicazione realizzati in occasione di promozioni o eventi.

Perché E-GO. Per il Gruppo Emak, il portale b2b ha una valenza strategica. A spiegarlo è Marco Pederzini, Quality Assurance, Business Process & Information System Director: «La piattaforma E-GO permetterà ad Emak di migliorare la propria efficienza e il rapporto con la rete vendita. Infatti, grazie al portale b2b siamo in grado di comunicare in tempo reale con i nostri clienti business, mettendo a loro disposizione il maggior numero possibile di informazioni. E possiamo diventare più reattivi nella gestione degli ordini e dei feedback relativi al prodotto espressi dal mercato».

«L'attivazione di un ambiente sicuro, facile da usare, che permette alla rete vendita di interagire con Emak - conclude Pederzini - fa parte di una strategia di ottimizzazione dei processi e del lavoro che porta concreti vantaggi in termini di riduzione dei costi e di efficienza. Ciò si traduce anche nell'immagine di un Gruppo moderno e dinamico, con tutti i benefici che questo comporta sul piano del coinvolgimento e della motivazione delle risorse umane e della capacità di attrarre nuove professionalità».

Primi passi di E-GO. Il lancio del progetto E-GO ha richiesto un forte impegno di Emak sul piano della formazione. Ad oggi i rivenditori formati all'utilizzo del portale b2b sono 190: entro la fine del 2011 il Gruppo stima di estendere il progetto a 300 clienti business. I primi dati relativi alla sperimentazione di E-GO sono incoraggianti sia per quanto riguarda gli ordini macchine che per quanto concerne gli ordini ricambi e accessori.