

SELEX sceglie le soluzioni IBM Commerce per ottimizzare il posizionamento di prezzo e le strategie di vendita a livello di Gruppo

Milano - 16 mag 2016: IBM ha annunciato oggi che Selex Gruppo Commerciale, cui fanno capo 15 importanti imprese della distribuzione moderna nazionale, ha scelto le soluzioni IBM Commerce per gestire l'ottimizzazione dei prezzi a livello di Gruppo e per migliorare il proprio vantaggio competitivo. I risultati iniziali del progetto con le soluzioni IBM Commerce hanno visto i tre retailer pilota, coinvolti in questa prima fase, perfezionare la propria strategia di prezzo e il posizionamento competitivo (struttura delle zone, mappatura della concorrenza, ecc.).

Selex, come terza realtà italiana della distribuzione moderna, necessitava di funzionalità che le permettessero di creare e implementare a livello di Gruppo, e a livello di business, strategie per un'ottimizzazione del prezzo competitiva per ogni prodotto e in ogni singolo punto vendita.

Era necessario che questo nuovo modello di gestione fosse legato all'attività della concorrenza così come ai trend nella domanda dei consumatori.

La situazione di mercato di ogni insegna, e di ogni regione, variava all'interno del gruppo Selex, che condivideva le stesse difficoltà quando si trattava di gestire il posizionamento di prezzo competitivo in modo più efficiente.

A rendere più complessa la sfida vi era la necessità di automatizzare e migliorare anche i processi interni di pricing.

Una delle aree che richiedeva urgente attenzione era appunto la valutazione dei prezzi dei prodotti rispetto alla concorrenza, per essere più tempestivi nella definizione del pricing.

Le aree di miglioramento del processo esistente hanno portato all'adozione delle soluzioni IBM Price Management and Price Optimization in SaaS, già apprezzate dal mercato italiano del Retail/Grocery per le comprovate funzionalità e i risultati conseguiti dagli utenti.

La collaborazione di IBM aiuterà il Gruppo Selex a consolidare e ottimizzare le strategie di prezzo (per esempio la segmentazione di mercato dei prodotti e dei punti vendita e il relativo posizionamento), adottando funzioni analitiche avanzate per acquisire preziosi insight dai dati di vendita e di mercato e utilizzarli per approfondire la conoscenza della domanda finale nel retail, già in essere all'interno del Gruppo.

Gli strumenti gestionali e di analytics fanno parte della suite IBM Omni-Channel Merchandising e saranno utilizzati da sei delle aziende del gruppo per stabilire il prezzo ottimale per articolo nei singoli negozi, e per prevedere i volumi e la profittabilità per prodotto e per punto vendita.

Le soluzioni IBM Price Management and Price Optimization in SaaS analizzano anche i prezzi della concorrenza in tempo quasi reale e generano degli alert a cui reagire prontamente riposizionando, in modo dinamico e flessibile, i prezzi degli articoli.

Il progetto si completa con la consulenza e la formazione degli esperti IBM per permettere alle aziende del Gruppo Selex di massimizzare i benefici e le funzionalità di queste soluzioni.

Selex Gruppo Commerciale

Gruppo Selex

Il Gruppo Selex opera nel settore della grande distribuzione con 15 Imprese regionali associate che gestiscono 2.470 punti di vendita in tutta Italia, con oltre 30.000 addetti, per un fatturato al consumo 2015 di 9.850 milioni preconsuntivo (+11% sul 2014).

Con una quota di mercato dell'11,3% Selex è il terzo player nazionale. Oltre che con i marchi Famila, A&O e C+C, è presente con una pluralità di insegne regionali radicate sul territorio.

Selex Gruppo Commerciale fa parte della Centrale ESD Italia, ai primi posti tra le Centrali d'acquisto, a sua volta partner della Centrale EMD, leader in Europa.

www.selexgc.it, www.prodottiselex.it

<https://it.newsroom.ibm.com/2016-05-16-SELEX-sceglie-le-soluzioni-IBM-Commerce-per-ottimizzare-il-posizionamento-di-prezzo-e-le-strategie-di-vendita-a-livello-di-Gruppo>