

IBM: una Digital Factory per ottimizzare la customer journey di Campari Group e dei suoi marchi

IBM supporta la trasformazione digitale di Campari Group con un approccio direct-to-consumer basato su cloud ibrido per fornire accesso a prodotti esclusivi, servizi personalizzati e trasformare il coinvolgimento dei clienti in un viaggio esperienziale attraverso le ricette, la cultura e la storia di alcuni dei marchi più noti al mondo come Aperol, Campari, Wild Turkey Bourbon, SKYY Vodka e Grand Marnier.

Milano, Italia - 29 giugno 2022 - IBM ha siglato un accordo quadriennale con Campari Group per la realizzazione e la gestione di una Digital Factory - attiva già da circa un anno - finalizzata a ottimizzare la user experience interna ed esterna su tutti i canali digitali del Gruppo, per tutti i 50 brand distribuiti a livello globale.

Il concetto di Digital Factory è stato inventato dai team Marketing & IT di Campari Group e IBM è stata scelta come partner per modernizzare il modo in cui l'azienda fornisce i prodotti ai consumatori, portando l'esperienza italiana di convivialità in 190 Paesi nel mondo attraverso l'accesso a beni e servizi esclusivi. La Digital Factory supporta il Gruppo nel promuovere una customer journey sicura e coinvolgente non solo per l'acquisto dei prodotti, ma anche per la condivisione delle esperienze, e di creare una comunità globale per i dipendenti del Marketing e dell'IT del Gruppo, per rendere la transizione digitale accessibile e partecipata.

All'indomani della pandemia, l'esperienza di acquisto è diventata sempre più omnicanale: secondo un recente studio IBM^[1], più di un consumatore su quattro, soprattutto nelle fasce d'età più giovani, preferisce una modalità di acquisto che integri esperienze digitali e fisiche. I consumatori vogliono conoscere a fondo non solo i prodotti che desiderano, ma anche la storia del marchio, le persone che ci sono dietro e i principi che guidano un'azienda. Per questo motivo i produttori, come Campari Group, sono sempre più orientati all'adozione di soluzioni cloud ibride in grado di adattarsi rapidamente ai cambiamenti della domanda, di intercettare le nuove tendenze del mercato e di adattare la propria offerta alle specifiche esigenze locali e in qualsiasi ambiente, offrendo a ogni utente l'esperienza giusta al momento giusto.

Campari Group ha cercato di adottare un approccio direct-to-consumer per affrontare le mutevoli dinamiche dello scenario e l'importante crescita della quota di mercato dell'azienda, soprattutto in Europa e negli Stati Uniti. L'azienda ha collaborato con [IBM iX](#), la *practice* di business design di IBM Consulting, per offrire un'esperienza digitale che consentisse ai consumatori di accedere ai prodotti più esclusivi con servizi personalizzati. Con l'aiuto della metodologia IBM Garage, incentrata sull'utente, i team di Campari e IBM iX hanno creato una roadmap per modernizzare l'esperienza del cliente, trasformando il modo in cui le persone interagiscono con Campari in un viaggio esperienziale attraverso le ricette, la cultura e la storia di alcuni dei marchi più noti al mondo, diventati iconici, come Aperol, Campari, Wild Turkey Bourbon, SKYY Vodka, Appleton Estate rum e Grand Marnier. Ospitando la Digital Factory in un ambiente cloud ibrido, Campari Group sarà in grado di offrire queste esperienze in modo maggiormente unificato su più piattaforme.

La Digital Factory sfrutta un ambiente cloud ibrido costruito su Red Hat OpenShift, la piattaforma Kubernetes

aziendale leader nel settore, per fornire una base coerente per lo sviluppo e la distribuzione di applicazioni in ambienti cloud ibridi e consente di armonizzare gli oltre 70 siti web del Gruppo, mantenendo le specificità richieste dai diversi Paesi e marchi, fornendo gli strumenti per adattarli alla domanda dei consumatori. In quest'ottica, la piattaforma consente di definire un ecosistema tecnologico in grado di supportare le proprietà digitali dell'Azienda, fornendo elementi costitutivi coerenti e comuni volti ad accelerare la messa a terra e la gestione dei siti e a ridurre i costi. Nel primo anno di collaborazione, la velocità di esecuzione dei siti di Campari Group è migliorata del +40% e il traffico generato è aumentato del +20%.

*“La Digital Factory realizzata per Campari, consentirà di avere un impatto reale sulla vita quotidiana delle persone alla ricerca di una customer experience superiore. - ha affermato **Gianni Margutti Managing Partner IBM Consulting Italia** - In questo progetto combiniamo le competenze di consulenza e di integrazione dei sistemi IT per fornire un supporto end-to-end, dalla strategia all'esecuzione, sostenendo Campari nel suo percorso di trasformazione digitale. Grazie a questo progetto innovativo, Campari potrà approfondire la relazione con i suoi clienti differenziandosi sul mercato per capacità di combinare competenze e visione”.*

La Digital Factory ha definito un modello operativo e delle linee guida, nonché progettato e realizzato un sistema di progettazione cross-brand (“Building Block Library”). L'obiettivo finale è la rapidità degli aggiornamenti sia per raggiungere i consumatori, sia per essere aderenti alle normative relative ai permessi di distribuzione e vendita (a seconda del Paese), alla privacy e alla gestione dei cookie. Altrettanto importante è il supporto alla sicurezza dei siti del Gruppo: con tutti gli strumenti già contenuti e regolati nei flussi all'interno della Digital Factory, il Gruppo può effettuare aggiornamenti e correzioni più rapidamente e con un solo click, per tutti i siti contemporaneamente. I team di IBM Consulting e IBM Security avranno il compito di garantire che la piattaforma sia costantemente monitorata alla ricerca di attività sospette, aggiornata e sicura.

Questa trasformazione tecnologica va anche a vantaggio dei dipendenti, che vengono supportati nello svolgimento dei compiti e nella risoluzione dei problemi. Con questo obiettivo, IBM affianca il Gruppo nella costruzione di una cultura digitale tra i dipendenti attraverso i “Champion Forum”, eventi di formazione e sviluppo delle competenze finalizzati alla creazione di una comunità digitale per i Marketer di Campari Group per promuovere l'evoluzione e l'adozione del framework della Digital Factory.

L'efficienza generata dall'introduzione del progetto consente a Campari Group di affrontare le nuove sfide della trasformazione digitale e di dedicare le proprie risorse a interventi di innovazione a più alto valore aggiunto, sfruttando le ampie competenze di IBM Consulting in materia di design, strategia aziendale e tecnologia.

###

Red Hat, il logo Red Hat e OpenShift sono marchi registrati di Red Hat, Inc. o delle sue filiali negli Stati Uniti e in altri paesi.

Contatti Stampa:

IBM

Paola Piacentini

Tel.: + 39 335 1270646

E-mail: paola_piacentini@it.ibm.com


Weber Shandwick

Nadia Lauria

Tel.: + 39 335 6962981

E-mail: nlauria@webershandwickitalia.it

[1] Studio “[Consumers want it all](#)”, IBM Institute of Business Value e National Retail Federation, gennaio 2022, condotto su 19.000 consumatori in 28 Paesi.

Additional assets available online:  [Photos \(1\)](#)