

bofrost* con IBM per imparare dai dati e rispondere meglio alle esigenze dei clienti

IBM Global Business Services, in collaborazione con Salesforce, ha realizzato una nuova soluzione di eCommerce e marketing automation per bofrost* che trasformerà digitalmente l'esperienza del cliente in base alle mutate esigenze e comportamenti di acquisto



Milano, 16 marzo 2021 - bofrost* e IBM [NYSE: [IBM](#)] consolidano la loro collaborazione e annunciano una nuova soluzione di eCommerce e marketing automation come prima fase del percorso di trasformazione aziendale per diventare una cognitive enterprise.

Il progetto si avvantaggia sia dell'analisi approfondita dei dati realizzata con il software IBM hybrid cloud, come IBM Cloud Pak for Data, sia delle soluzioni

Salesforce Commerce Cloud e Salesforce Marketing Cloud, per meglio soddisfare le mutevoli esigenze dei clienti e unificare la loro esperienza attraverso web e mobile. Queste soluzioni assieme permetteranno a bofrost* di infondere l'AI nella propria organizzazione e scalare le proprie operazioni per sostenere l'aumento del volume delle vendite, che nel 2020 ha portato a una crescita di fatturato del 31,9% rispetto all'anno precedente.

Attraverso questa soluzione automatizzata e scalabile basata sul cloud, sviluppata con competenze e tecnologie di IBM e Salesforce, bofrost* può sostenere le fluttuazioni delle vendite online, offrendo ai propri clienti un'esperienza coerente e personalizzata attraverso un sito web e un'app mobile più interattivi e intelligenti, in grado di permettere la realizzazione di attività di marketing automatizzate e mirate.

L'emergenza sanitaria causata dal Coronavirus ha generato una consistente e repentina evoluzione nel business di **bofrost***: l'azienda, leader nella vendita e distribuzione a domicilio di prodotti surgelati e freschi, ha prontamente reagito garantendo la sicurezza dei propri dipendenti e rispondendo con successo alle crescenti richieste dei clienti, sempre più inclini alla spesa alimentare online.

Nel giugno 2020, l'azienda friulana parte del gruppo tedesco Bofrost International, ha intrapreso assieme ad IBM un percorso di innovazione e trasformazione digitale per andare incontro alle nuove esigenze emerse. Il primo passo è stato un progetto che ha analizzato come l'emergenza Covid-19 abbia **trasformato la relazione con i clienti e come il modello operativo di bofrost* abbia performato** in una situazione di forte stress sulle attività operative. L'esigenza di fondo era comprendere quali di questi nuovi comportamenti dei clienti si sarebbero mantenuti dopo la pandemia. E se, a fronte di questi, fosse necessario rivedere processi e modelli.

Sulla base di questa analisi è stata quindi definita **l'evoluzione del modello di vendita e del servizio** facendo leva su **nuovi paradigmi operativi e organizzativi che abilitassero la multicanalità e l'omnicanalità**.

Ora, bofrost*, può offrire ai propri clienti in Italia, Spagna e Svizzera lo stesso approccio customer centrico e di alto livello che offre con le vendite a domicilio.

*"La pandemia da COVID-19 ha trasformato le nostre abitudini, quelle dei nostri clienti e anche il nostro modo di fare business", ha commentato **Gianluca Tesolin, Amministratore Delegato di bofrost* Italia**. "Con IBM siamo stati in grado di ripensare la nostra strategia e investire in nuove tecnologie AI e Cloud per soddisfare le mutevoli aspettative dei clienti di oggi e di domani. Sempre però facendo leva su competenze e capitale*

umano”.

Grazie all’alleanza globale con Salesforce, IBM ha potuto aiutare bofrost* a trasformarsi progressivamente in **un’azienda sempre più cliente-centrica**. Il percorso di trasformazione porterà a una migliore esperienza di servizio, con l’ottimizzazione dei canali *online* - sito web e app - e con la conoscenza dei clienti ottenuta con l’analisi dei dati legittimamente raccolti. Inoltre, il rafforzamento del livello informativo per supportare i canali di vendita fisici - venditore e teleseller - unito all’introduzione di nuovi modelli di business per espandere le iterazioni e servizi, dimostrano l’impegno di *bofrost** a confermarsi come realtà innovativa e di eccellenza.

“La sfida che abbiamo raccolto con bofrost - ha commentato Rolando Neiger, GM Global Business Services di IBM Italia - è stata quella di metterci al loro fianco sia per il disegno del nuovo modello che per la sua realizzazione, facendo leva su tecnologie e competenze professionali per comprendere le esigenze dei clienti e offrire soluzioni innovative che le soddisfacessero al meglio. Per farlo, abbiamo utilizzato le migliori metodologie esperienziali come design thinking ed empathy maps. Siamo orgogliosi di lavorare con un’azienda come bofrost*, fortemente vicina ai propri clienti e con un profondo spirito innovativo”.*

IBM

ibm.com

bofrost* Italia

È la più importante azienda italiana della vendita diretta a domicilio di specialità alimentari surgelate senza nessuna interruzione della catena del freddo. Vi lavorano 2.400 persone in tutta Italia. La sede centrale si trova a San Vito al Tagliamento (PN). A oggi, sono oltre un milione le famiglie italiane che apprezzano e conoscono i prodotti di bofrost* Italia. La qualità, il gusto e un eccellente servizio rappresentano i fattori di successo di questa azienda.

www.bofrost.it

For further information: Ufficio stampa bofrost* Italia: Eo Ipso Miriam Giudici - mgiudici@eoipso.it - 346 3907608 Ufficio stampa IBM Claudia Ruffini - cla@it.ibm.com - 335 6325093
