

Vodafone, profumo di mobilità

La casa di profumi Coty migliora il presidio dei punti vendita grazie al software per la raccolta dati su dispositivi mobili di Gulliver, partner Vodafone.

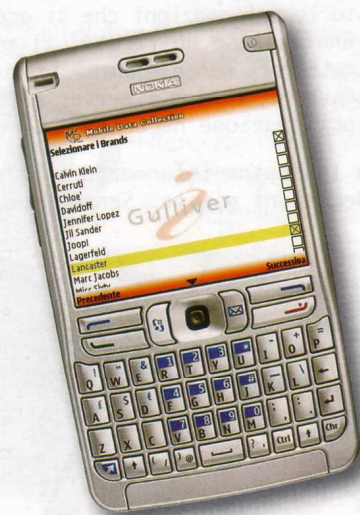
Fondata più di un secolo fa a Parigi, Coty è divenuta con il tempo una delle società leader del settore profumiero, con un fatturato netto annuale di 2,9 miliardi di dollari. Sostenuta da spirito imprenditoriale, innovazione e creatività, l'azienda ha ampliato gradualmente il proprio portfolio con alcuni tra i più prestigiosi marchi del fashion (tra cui Calvin Klein, Cerruti, Jennifer Lopez, Adidas ed Esprit), distribuendo i propri prodotti in un centinaio di Paesi in tutto il mondo. L'offerta di Coty si articola in due linee principali, *Prestige* e *Beauty*, ma grazie alla partnership con Kuip comprende anche la distribuzione negli USA e in Canada di altre linee di profumi esclusive come Nina Ricci, Prada e Paco Rabanne.

All'interno della catena di vendita di Coty un ruolo fondamentale è svolto dai promoter che, essendo presenti nei diversi punti di vendita raggiunti da Coty, hanno il compito di promuovere i prodotti fornendo informazioni di dettaglio e motivando il cliente alla scelta di un profumo. Oltre a ciò, i promoter si occupano anche della raccolta di informazioni importanti per il posizionamento dei prodotti, come ad esempio rilevazioni sull'andamento del mercato, sulle attività della concorrenza e sul grado di soddisfazione dei consumatori. Originariamente tutti questi dati venivano riportati su moduli cartacei, spediti poi via fax alla sede centrale.

In questo modo però l'insieme delle informazioni raccolte era disomogeneo e non giungeva con la dovuta tempestività ai responsabili delle vendite. Per risolvere il problema si è allora deciso di far convergere l'attività di report sullo strumento digitale più familiare per i promoter: il telefono cellulare.

La raccolta dati diventa digitale

Sugli smartphone Nokia E61 in dotazione ai promoter è stato installato *Mobile Data Collection* (MDC), software per la raccolta di dati in mobilità sviluppato da Gulliver, uno dei partner certificati di Vodafone. MDC non richiede conoscenze tecniche e consente agli operatori di Coty di utilizzare uno strumento che rende digitale l'inserimento di informazioni, eliminando il supporto cartaceo, ma anche la necessità di acquistare costosi device dedicati. MDC è infatti compatibile con un'ampia gamma di dispositivi, tra cui tutta la famiglia *E di Nokia*, di cui Gulliver è partner. MDC si basa su un software client molto leggero: l'utilizzo di menu a tendina e la congruenza tra le operazioni compiute in digitale e quelle effettuate prima su carta hanno riscosso l'apprezzamento degli utenti, e al contempo il processo di compilazione e invio dei dati è divenuto più spedito e accurato. Uno dei primi



Il software MDC è dotato di una interfaccia input dati di facile utilizzo che consente di accelerare l'invio di informazioni dai punti vendita

vantaggi è quello relativo alla qualità dei dati: le informazioni inviate dagli smartphone alla sede sono sempre coerenti e di conseguenza sono scomparsi errori o dimenticanze, dato che l'applicazione stessa guida a una corretta compilazione dei questionari. Ciò consente di realizzare analisi più precise sui lanci di un determinato prodotto e sull'andamento dei diversi punti vendita, permettendo un migliore coordinamento tra l'attività dei promoter e quella degli agenti di vendita di Coty.

Ed è proprio a queste figure che l'azienda sta pensando di estendere le funzionalità di MDC, mentre un'ulteriore evoluzione del progetto prevederà la possibilità per ogni promoter di vedere i risultati della propria attività direttamente sul cellulare.

www.vodafone.it