

Morrisons si affida alla competenza di Xerox per ideare un nuovo approccio alle procedure di comunicazione con i clienti



“Xerox comprende il settore retail. Comprende l'importanza di distribuire materiali di qualità nei punti vendita e soddisfare costantemente le nostre esigenze”.

– Richard Lancaster
Responsabile Marketing, Morrisons

Lo scenario

In qualità di uno dei primi quattro retailer di generi alimentari e prodotti di uso domestico del Regno Unito, Morrisons fornisce prodotti freschi di grande qualità ad oltre 11 milioni di clienti a settimana nei suoi 430 punti vendita.

Il marketing è un elemento d'importanza strategica per Morrisons al fine di comunicare con gli acquirenti e diffondere sempre più la proposta di valore del proprio marchio, che è freschezza, qualità e convenienza.

Campagne pubblicitarie su TV e stampa attraggono i clienti nei negozi di Morrisons e fanno conoscere le sue straordinarie offerte; mentre accurati materiali promozionali affissi nei punti vendita richiamano gli slogan delle campagne, aiutano i clienti nella scelta dei prodotti e contribuiscono ad aumentare le vendite. È d'importanza fondamentale che i materiali stampati presenti nei negozi siano sempre aggiornati, che i colori del marchio siano corretti su ciascun articolo e che appaiano assolutamente identici.

Il marketing del settore retail è un'attività incessante e altamente dinamica. Le campagne devono essere distribuite a centinaia di punti vendita in tempo utile, ogni settimana; molte campagne sono programmate guardando al futuro, ma alcune vengono create per fini tattici e volte al breve periodo al fine di conquistare

un vantaggio competitivo o di rispondere all'attività della concorrenza. La loro tempistica, dalla creazione del concept all'installazione nei punti vendita, è solitamente una questione non di settimane, ma di giorni e addirittura di ore.

La sfida

Una campagna di successo richiede il coordinamento di svariati team, quali i team commerciale e marketing di Morrisons più l'ausilio di agenzie creative e tipografie esterne.

Se da un lato le precedenti campagne di Morrisons erano riuscite a produrre un'espansione di mercato, dall'altro il loro processo era ad alta intensità di lavoro e fornivano scarse informazioni gestionali a supporto delle decisioni di marketing e del miglioramento del processo. C'era un forte desiderio di rendere il processo più dinamico – essere cioè in grado di produrre in base a una procedura standard i lavori in pochi giorni – e al contempo di mantenere il pieno controllo operativo e finanziario.

L'azienda sentiva di poter migliorare le cose, come spiega Richard Lancaster, Responsabile Marketing: “Volevamo creare maggiore sinergia tra i partner della catena di fornitura della nostra campagna, avere visibilità in tempo reale dell'attività in modo da contribuire ad informare i processi e trovare modi per tagliare i costi senza dover accettare compromessi in termini di qualità e sostenibilità”.

Rendere il processo più dinamico e al contempo mantenere il pieno controllo operativo e finanziario

Campagne di alta qualità realizzate nell'arco di pochi giorni e nel rispetto del budget

La soluzione

Già partner di Morrisons per i servizi documentali, Xerox accettò la sfida di aiutare l'azienda a migliorare il suo processo di distribuzione di stampe end-to-end.

“Xerox comprende il settore retail”, afferma Richard Lancaster. “Comprende l'importanza di distribuire materiali di qualità nei punti vendita e di soddisfare costantemente le nostre esigenze”.

Per rispondere alle richieste di Morrisons, Xerox ha creato un servizio di consulenza on-site con un team specializzato di esperti di stampa e acquirenti i quali assicurano che tutte le campagne siano accuratamente progettate e create al fine di produrre il massimo impatto al costo più basso possibile. Utilizzando uno strumento per il flusso di lavoro collaborativo basato su web, tutte le parti interessate ora possono conoscere in tempo reale stato di avanzamento, problematiche e costi di ciascuna campagna. Lo strumento fornisce informazioni gestionali estremamente dettagliate, consentendo di identificare e risolvere colli di bottiglia o altri problemi; Il sistema integrato di gestione degli asset digitali migliora la qualità del controllo e la conformità del marchio.

Oggi Xerox gestisce il processo di stampa end-to-end e fulfillment per Morrisons, occupandosi di stampe per punti vendita, etichette, pubblicazioni ed altri materiali per uso di back-office. Il servizio comprende consulenza sulle migliori soluzioni in materia di stampa e punti vendita, approvvigionamento stampe, gestione delle scorte, controllo di colore e qualità, imballaggio e raccolta specifica per punti vendita (per consentire la spedizione di quantità corrette di materiale e ridurre al minimo gli sprechi).

Informazioni su Xerox Services. Xerox Corporation è leader mondiale nel campo dei servizi per i processi aziendali, l'IT e l'outsourcing della documentazione. La nostra esclusiva combinazione di competenza nel settore e capacità operativa su scala globale vi aiuta a ridurre i costi, semplificare i processi operativi e incrementare i profitti, permettendovi al contempo di concentrarvi su ciò che conoscete meglio: il vostro core business.

Per ulteriori informazioni su come possiamo aiutarvi, visitare il sito www.xerox.it/services.

I risultati

Il servizio offerto da Xerox® fornisce un processo di distribuzione leader del settore con campagne di alta qualità realizzate nell'arco di pochi giorni e nel rispetto del budget. I dati gestionali contribuiscono ai miglioramenti generali del processo e consentono maggiori efficienze in ogni area; sono stati realizzati significativi risparmi nell'arco di quattro anni. Gli sprechi sono stati fortemente ridotti e gli obiettivi di sostenibilità pienamente rispettati in quanto per tutte le stampe vengono utilizzati materiali completamente riciclabili. Morrisons ha acquisito anche un quadro più trasparente dell'intero processo, inclusa l'attività delle agenzie, cosa che gli consente di ottimizzare ulteriormente i propri processi e rafforzare il controllo sul budget.

Avendo affidato a Xerox la gestione delle campagne end-to-end, Morrisons può concentrarsi sui propri obiettivi di marketing strategici. Richard Lancaster così riassume i vantaggi della partnership:

“Morrisons è riuscita finanche a superare le aspettative dei propri clienti, i quali oggi si fidano della nostra capacità di offrire sempre prodotti di alta qualità a prezzi bassi; e noi siamo certi che Xerox faccia altrettanto riguardo alle nostre esigenze di stampe promozionali. Xerox è un partner esperto su cui possiamo contare per realizzare le nostre campagne, e ciò ci consente di concentrarci sul nostro business: offrire prodotti freschi e un servizio eccellente ai nostri clienti”.

Case Study in breve

La sfida

- Produrre e distribuire campagne pubblicitarie di alta qualità a centinaia di negozi nell'arco di pochi giorni – in base a una procedura standard
- Migliorare l'efficienza e tagliare i costi migliorando la visibilità della catena di fornitura del marketing per Morrisons ed i suoi fornitori di materiale pubblicitario
- Soddisfare gli obiettivi di sostenibilità

La soluzione

- Servizio di consulenza on-site per garantire il massimo valore
- Strumento per il flusso di lavoro collaborativo basato su web per far interagire tutte le parti interessate alla realizzazione delle campagne
- Informazioni dettagliate sulla gestione
- Gestione da parte di Xerox del processo di stampa end-to-end e fulfillment, ivi inclusi gestione delle scorte, controllo di colore e qualità, raccolta specifica per punti vendita

I risultati

- Campagne di alta qualità distribuite nell'arco di pochi giorni e nel rispetto del budget
- Miglioramenti del processo e maggiori efficienze
- Significativi risparmi sui costi nel corso di quattro anni
- Maggiore sostenibilità con meno sprechi e utilizzo di materiali completamente riciclabili
- Possibilità di concentrarsi su obiettivi strategici, affidando la fase esecutiva a Xerox

