

Yamamay migliora la gestione dei negozi con Google Apps



In breve

Sfida

- Passare da una soluzione di pura posta a un'infrastruttura cloud che consentisse di sviluppare applicazioni innovative a supporto del business e dei processi.
- Migliorare, velocizzare e rendere uniformi le comunicazioni e la condivisione di informazioni con la rete dei negozi.
- Supportare la formazione a distanza del personale di vendita.

Soluzione

- Migrazione a Google Apps for Business di tutti i 60 negozi italiani di proprietà e delle diverse sedi aziendali in Italia, Spagna e Cina Popolare, per un totale di 520 nuovi account attivati.

Vantaggi

- Comunicazione istantanea con la rete dei negozi a supporto di promozioni, allestimenti, marketing e formazione.
- Disponibilità di strumenti innovativi per la gestione del business e il controllo della concorrenza e dei negozi.
- Supporto allo sviluppo di future applicazioni che integreranno processi residenti sui piattaforme aziendali tradizionali.

Azienda

Di proprietà di Inticom SpA, Yamamay è marchio primario in Italia nel settore intimo e moda mare, presente nel nostro paese con oltre 530 negozi monomarca, di cui 60 in gestione diretta. A livello internazionale, Yamamay opera con oltre 120 negozi in 20 mercati in forte sviluppo. Ogni anno, i negozi Yamamay vendono 18 milioni di prodotti disegnati e progettati interamente in Italia. Inticom è controllata al 100% da Pianoforte Holding Srl, che controlla inoltre il 100% di Kuvera SpA, proprietaria del marchio Carpisa. La rete globale Yamamay e Carpisa comprende circa 1200 negozi monomarca.

Sfida

Yamamay aveva l'esigenza di migrare la vecchia infrastruttura di posta verso una soluzione aperta alla collaborazione e allo sviluppo di applicazioni innovative, in grado di migliorare e rendere omogenee le comunicazioni con la rete dei negozi. Da qui la scelta della soluzione cloud Google Apps for Business.

Soluzione

Una volta deciso il passaggio a Google Apps, Yamamay ha avviato la migrazione di tutti i 60 negozi italiani di proprietà del brand nonché delle diverse sedi aziendali in Italia, Spagna e Cina Popolare, per un totale di 520 nuovi account attivati.

La scelta di Yamamay – supportata operativamente dal partner di Google Enterprise **Revevol Italia** – è molto innovativa dal punto di vista delle modalità dell'adozione, che andranno oltre la pura posta per arrivare a realizzare vere e proprie applicazioni nella nuvola a supporto del business quotidiano, con un approccio tra i più evoluti in Italia per il settore Retail.

“Nel punto vendita, non è presente personale IT e vi è la necessità di veicolare rapidamente indicazioni a supporto di promozioni, allestimenti, nuove collezioni. I 25 gigabyte della versione business di Gmail, uniti a servizi come Google Sites e Google Docs sono la soluzione migliore per raggiungere questi obiettivi”.

—Paolo Tha, CIO di Yamamay

“La struttura tipica dei brand del Retail – fatta di una rete di negozi di proprietà e in franchising distribuita sul territorio – si sposa in modo straordinario con la proposta cloud 100% Web di Google. Nel punto vendita, infatti, non è presente personale IT e vi è la necessità di veicolare rapidamente informazioni e indicazioni a supporto di promozioni, allestimenti, nuove collezioni. I 25 gigabyte della versione business di Gmail, uniti a servizi come Google Sites e Google Docs per la creazione e condivisione nella nuvola di mini-siti e documenti di vario tipo ci sono parsi la soluzione più ricca di potenziale”, spiega Paolo Tha, CIO di Yamamay.

Informazioni su Google Apps for Business

Google Apps for Business offre semplici e potenti strumenti di comunicazione e collaborazione per organizzazioni di ogni dimensione; il tutto ospitato da Google in modo da ridurre al minimo setup e manutenzione e diminuire i costi IT. Con Gmail, Google Calendar e l'Instant messaging integrato, gli utenti possono essere sempre connessi e collaborare con semplicità anche in domini privati. Inoltre, con Google Docs, che include strumenti per la creazione e condivisione di documenti, fogli di calcolo e presentazioni, gli utenti possono collaborare in tempo reale sugli stessi file, mantenendo tutte le versioni dei documenti ben organizzate e disponibili in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo. Google Sites, Google Groups e Google Video completano i servizi disponibili, aggiungendo capacità di web publishing, condivisione sicura, gestione e archiviazione di video.

Per ulteriori informazioni
www.google.it/apps/biz

“La struttura tipica dei brand del Retail – fatta di una rete di negozi di proprietà e in franchising distribuita sul territorio – si sposa in modo straordinario con la proposta cloud 100% Web di Google”.
—Paolo Tha, CIO di Yamamay

Risultati

Completata con successo la migrazione alla posta di Google Apps, Yamamay sta ora sperimentando l'integrazione di Google Sites (il servizio per la creazione di siti e intranet di Google Apps) e di Google Maps versione Business con processi aziendali residenti su piattaforme tradizionali, al fine di creare soluzioni che consentiranno, ad esempio, di seguire in tempo reale l'andamento delle vendite presso i negozi o di gestire il ciclo di vita delle collezioni.

Yamamay sta inoltre valutando l'adozione dei Chromebook basati sul sistema operativo 100% Web Chrome di Google e forniti con formule ad abbonamento come dispositivi primari per i punti vendita (che, tipicamente, non sono dotati di PC) e per il personale itinerante.

Yamamay ha stilato una roadmap dettagliata delle applicazioni che intende sviluppare e attivare con il supporto di Google Apps. Innanzitutto – sfruttando il servizio integrato Google Video – verranno realizzati e condivisi filmati da utilizzare come ausilio alla formazione a distanza per il personale dei negozi. Sempre a supporto della formazione, verranno caricate e condivise su Google Sites foto e presentazioni aziendali. A completamento, la funzione Google Forms integrata nella soluzione sarà usata per la creazione e condivisione di questionari di valutazione dell'efficienza della formazione finalizzati a evidenziare eventuali ulteriori necessità.

Google Sites sarà inoltre lo strumento per la divulgazione di materiale visual e marketing, mirato a migliorare, semplificare e velocizzare la comunicazione con la rete di vendita, le agenzie e i responsabili di zona e a raggiungere inoltre l'obiettivo non secondario di mantenere l'omogeneità dell'immagine aziendale, grazie alla condivisione istantanea degli stessi documenti con tutta la rete.

Appositi moduli Google Forms verranno poi attivati per l'acquisizione autonoma da parte degli area manager di dati strategici per l'azienda quali la presenza di competitor e statistiche di negozio. Tali dati verranno poi integrati con foto e video di vetrine e interni. Sempre con il supporto di Google Forms verrà effettuata la gestione del Mystery Shopping per la valutazione “in incognito” dei negozi.

Gli strumenti di Google Apps verranno inoltre impiegati per migliorare i workflow, automatizzare operazioni manuali (quali, ad esempio, note spese e gestione auto aziendali) e aumentare il controllo dei processi decentrati, inclusi quelli di nuove aperture e rinnovo negozi.

“L'ultima fase dell'implementazione prevederà l'attivazione di una Business Intelligence “light” per l'accesso da dispositivi mobili ad alcuni dati storici della BI aziendale, con utilizzo di Google Maps e Google Latitude per la geolocalizzazione e la raccolta in tempo reale dell'andamento delle vendite, per facilitare interventi e azioni promozionali”, conclude Paolo Tha.

