

Azienda: Le Chiuse di Reopasto	Azienda agricola Contigliano (RIETI)
Tematica: Mobile Marketing	
Titolo: Incrementare le vendite della macelleria aziendale grazie a un servizio di allerta e prenotazione via Sms	

L'azienda

Le Chiuse di Reopasto è un'azienda agricola della provincia di Rieti che svolge attività di allevamento e macelleria, agriturismo e organizzazione eventi. L'azienda agricola si estende per circa 290 ettari con la collina dei boschi e dei sentieri, con i pascoli dei bovini e cavalli; con la pianura dedicata all'agricoltura tradizionale, indirizzata a produrre gli alimenti per l'allevamento; con la macelleria aziendale, di carne bovina e altri prodotti locali. L'agriturismo con i suoi appartamenti è ideale per soggiorni in relax dove poter gustare i ritmi del silenzio e della natura, oppure come punto di riferimento per avventurarsi alla scoperta dei dintorni. La Tenuta costituisce uno dei possedimenti storici della zona e il piano terra della Villa, che conserva ricordi del passato con le sue tre sale principali, viene affittato per ricevimenti.

L'applicazione

La macelleria aziendale, aperta dal 1997, con vendita al dettaglio di carne prodotta in azienda, ha lanciato da inizio 2008 un servizio di alert Sms per la gestione delle prenotazioni. Quando è programmata la lavorazione della carne viene inviato al database di 150 clienti un Sms che ricorda il giorno della lavorazione della carne e invita i clienti ad ordinare la carne tramite Sms, telefonata o e-mail. Questa iniziativa è stata implementata con due obiettivi principali: in primo luogo per aumentare il numero di clienti. Essendo la macelleria posizionata fuori da un centro abitato, non ha un flusso di persone rilevante e le comunicazioni tradizionali (ad esempio cartelloni intorno al punto vendita) sono poco efficaci; in secondo luogo per ottimizzare le vendite. La macelleria deve far fronte ad una domanda fortemente variabile e non prevedibile e gli Sms consentono di avvisare i clienti nel caso di merce ancora disponibile, che altrimenti resterebbe invenduta. Il canale Sms si adatta meglio al target rispetto ad altri canali: la clientela della macelleria è principalmente composta da persone di età sopra i 40 anni, che utilizzano in gran parte il cellulare piuttosto che l'e-mail. L'utilizzo della comunicazione ha impattato fortemente sui processi aziendali. Il fatto di comunicare in anticipo il momento della lavorazione della carne e di raccogliere le prenotazioni ha permesso di far dipendere tutti i processi dalla domanda reale dei clienti, ottimizzando le fasi di lavorazione e preparazione dei singoli ordini e migliorando notevolmente il servizio al cliente, che vede sempre soddisfatta la propria domanda e addirittura conosce il momento dal quale può ritirare quanto ordinato.

I benefici

I benefici apportati dall'utilizzo del servizio Mobile sono quantificabili attraverso alcuni indicatori di performance per ciascuna area. Riduzione del tempo di preparazione del singolo ordine: il fatto di ricevere in anticipo le prenotazioni consente di concentrare la fase di preparazione della carne e la fase di allestimento dei singoli ordini in un unico momento, aumentando l'efficienza di questi processi. Grazie alla soluzione Sms, l'azienda ha rilevato una riduzione del tempo medio di preparazione di un singolo ordine intorno al 20%. Aumento delle vendite: Il fatto di inviare una comunicazione relativa alla lavorazione della carne, con annesso messaggio "vuoi prenotare?", funziona di per sé come effetto promozionale e dà impulso a nuovi ordini, permettendo di aumentare la frequenza delle macellazioni e delle lavorazioni della carne. In meno di 2 anni, dopo l'introduzione del servizio Sms, il fatturato relativo alla sola vendita della carne è aumentato di oltre il 70%. Riduzione dell'invenduto: il servizio di prenotazione ha permesso di diminuire la quantità della carne in esposizione (già in pronta consegna) e soprattutto di minimizzare la quantità della carne invenduta. Aumento della soddisfazione della domanda: la quasi totalità delle prenotazioni viene attualmente evasa in maniera regolare mentre, prima dell'implementazione del servizio

Sms, il 15% della domanda restava non soddisfatta. Efficacia delle comunicazioni – redemption: le attuali ordinazioni sono dovute in gran parte alle comunicazioni push effettuate via Sms dalla macelleria.

Tra le possibilità aperte da questo canale viene considerata la realizzazione di un servizio analogo di promozione e prenotazione legata ad altre attività della tenuta (l'agriturismo e la ristorazione), nonché la comunicazione di alcuni eventi organizzati a scopo promozionale per la tenuta (ad esempio feste o piccoli eventi a tema, come la mietitura).