

webgriffe®

Potenziare l'esperienza d'acquisto online con l'IA e i dati comportamentali

industrIA - 13 maggio 2025 - Tecnopolo (RE)



Cristian Galletti

MANAGING DIRECTOR

webgriffe®

“Aiuto le aziende a sviluppare progetti innovativi che generano valore attraverso la digitalizzazione dei processi sales e marketing.

La mia missione è guidare le imprese verso l'autonomia digitale, integrando strategia, tecnologia e marketing per realizzare soluzioni personalizzate, sostenibili e scalabili.”

ANIYE BY



Blumarine

• CÆSAR •
CERAMICHE

CYCLE

DAIMLER
TRUCK



iC INTRACOM

GAUDÌ

Jeep®

kerakoll



GRUPPO
MONDADORI

PAGANI



randstad



Sarchio



SUN68



UYN
UNLEASH YOUR NATURE

EURORICAMBI GROUP
Spare parts as one

La più ampia gamma al mondo di **ingranaggi per l'aftermarket** in un unico Gruppo. Ingranaggi per automotive in tutto il mondo.


Euroricambi


MASIERO
AM Gears


Eurotec


Lambert
Getriebeteile





15K+

Articoli a catalogo



105

Paesi serviti



650+

Dipendenti



4

Are Industriali



27

Stabilimenti



200+

MLN € di Fatturato



The background is a complex, dark blue-toned image. It features a dense network of lines and structures, possibly representing a city or an industrial complex. In the foreground, there is a large, dark, cylindrical object that appears to be emitting a bright blue light from its base, creating a lens flare effect. The overall atmosphere is futuristic and mysterious.

Dove siamo?

LA DURA VERITÀ

Il digitale è il futuro... ma dove lo troviamo?

industria - Tecnapolo 13 maggio 2025



webgriffe®

I CLIENTI SONO AZIENDE
FATTE DI PERSONE

**Raramente si
comportano in
modo logico.**



I CLIENTI SONO AZIENDE
FATTE DI PERSONE

**Hanno poca
pazienza.**



I CLIENTI SONO AZIENDE
FATTE DI PERSONE

**Spesso
sono sotto
pressione.**



I CLIENTI SONO AZIENDE
FATTE DI PERSONE

**Hanno
moltissima
fretta.**

industria - Tecnopolo 13 maggio 2025



webgriffe®

I CLIENTI SONO AZIENDE
FATTE DI PERSONE

**...ma amano
essere ispirati!**



**“Abbiamo smesso di sparare
nel mucchio e abbiamo
iniziato a parlare davvero a
ogni singolo cliente.”**

PROBLEMA

**È impossibile
fare tutto
manualmente.**



Abbiamo applicato l'Intelligenza Artificiale all'analisi dei dati comportamentali dei clienti.

- Lo storico di tutti i loro ordini
- Le ricerche effettuate
- I prodotti sui quali hanno dimostrato interesse
- I contenuti informativi sui quali si sono soffermati
- I feedback dati al Customer Service

Come abbiamo usato queste informazioni?

- Per generare interfacce personalizzate per ogni cliente, con gli strumenti che usa più di frequente e ridurre il carico cognitivo.

Come abbiamo usato queste informazioni?

- Per creare Raccomandazioni di prodotto Automatizzate sulla base di quello che il cliente sta cercando, della categoria del catalogo in cui si trova, della scheda prodotto che sta visitando, sulla base di quello che ha già inserito nell'ordine ecc.

Come abbiamo usato queste informazioni?

- Per strategie di Up-sell e Cross-sell automatiche: suggerimenti su ricambi, accessori o prodotti complementari o sostitutivi a quelli che il cliente sta valutando.

Come abbiamo usato queste informazioni?

- Nella previsione degli interessi dei clienti e nell'anticipazione dei trend di sell-out, ridurre il rischio di out-of-stock o prepararsi a particolari picchi di richieste su prodotti specifici.

Come abbiamo usato queste informazioni?

- Per la creazione di cluster di clienti con comportamenti all'acquisto simili: utili per successive attività di marketing (email e ADV).



Risultati?

RISULTATI

-30%

**Tempo per
completare un
ordine**

3X

**Numero di
righe medio
per ordine**

+20%

**Valore medio
dell'ordine**

+20%

**Tasso di
conversione**

Minor carico di lavoro per il Back Office commerciale.

Il numero di ordini gestiti online è passato
dal 10% al 40% del totale in meno di un anno.



+100%

**Tasso di adozione
da parte dei clienti**

- Feedback positivi dai clienti e miglioramento della Customer Experience
- Coinvolgimento dei clienti nello sviluppo di nuove feature

LEZIONI APPRESE

**L'AI non è ansia
e complessità,
ma opportunità
ed efficienza.**

industria - Tecnopolo 13 maggio 2025



webgriffe®

LEZIONI APPRESE

**Per ottenere
risultati ci
vogliono dati.**

industrIA - Tecnopolo 13 maggio 2025



webgriffe®

LEZIONI APPRESE

**L'AI non è
infallibile.
O almeno non
ancora.**

industria - Tecnopolo 13 maggio 2025



**“Il futuro appartiene a
coloro che credono nella
bellezza dei propri sogni.”**

- Anna Eleanor Roosevelt -

Grazie!



CRISTIAN GALLETTI
cgalletti@webgriffe