





“Internet non è una rete di computer, ma un intreccio infinito di persone. Uomini e donne, a tutte le latitudini, si connettono tra loro, attraverso la più grande piattaforma di relazione che l’umanità abbia mai avuto. La cultura digitale ha creato le fondamenta per una nuova civiltà e questa civiltà sta costruendo la dialettica, il confronto e la solidarietà attraverso la comunicazione.”

Shirin Ebadi, Premio Nobel per la Pace 2003



- 4  VISION, MISSION, STRUTTURA
- 5  IOKO, IL TOOL DI SVILUPPO CHE RENDE LE AZIENDE AUTONOME NELLA GESTIONE DEL WEB
- 6  FUNZIONI DI IOKO
- 7  LA SOLUZIONE PER LE IMPRESE DI DISTRIBUZIONE INTERMEDIA: K4
- 9  I SERVIZI K4
- 10  EDUCATION E FORMAZIONE

vision, mission, struttura

Prescindere oggi dal Web significa non solo essere “obsoleti” rispetto alle evoluzioni della tecnologia ma anche “mancare” all'appuntamento con l'unico mercato, nella sua accezione più ampia, che cresce vorticosamente da diversi anni.

Forte di questa consapevolezza, Krealia nasce per offrire soluzioni Web professionali, con una struttura in grado di affiancare qualsiasi realtà imprenditoriale accompagnandola dalla fase di analisi, consulenza, progettazione, definizione degli obiettivi fino alla manutenzione delle soluzioni create, soluzioni che spaziano dalla realizzazione di siti Web alla costituzione di servizi innovativi come il CRM, il commercio elettronico, la gestione personalizzata dei servizi, le prenotazioni e molto altro.

Per un'azienda che voglia giovare delle opportunità offerte dal Web è di fondamentale importanza che Krealia, oltre alla professionalità dei consulenti e la scientificità di mezzi che creano reali vantaggi, supporti il cliente nella realizzazione di progetti volti a rappresentare l'identità e l'unicità del cliente, andando oltre la semplice forma di “presentazione”. Per ottenere questi risultati, Krealia si avvale di un team di persone che nel corso degli anni hanno consolidato una lunga esperienza in diversi ambiti relativi al Web.

Un'**area tecnica** composta da professionisti specializzati che sono cresciuti con il Web e nel Web, ne conoscono le potenzialità e hanno continuamente sviluppato prodotti “nativi” per internet.

Un qualificato servizio di **assistenza** che mette a disposizione analisti in grado di supportare i clienti in tutte le fasi, dall'installazione dei prodotti, alla formazione al loro utilizzo fino alla manutenzione ordinaria e straordinaria.

Un'**area commerciale** estremamente proattiva, in continua evoluzione e sempre alla ricerca di nuove opportunità da offrire ai propri clienti. Un mix di attività di marketing e di vendita che consente ai clienti di trovare soddisfazione alle loro esigenze.

Krealia è in grado di affiancare il cliente in tutte le sue azioni in rete con un'attività di consulenza, supporto ed affiancamento volto a fornire una approfondita conoscenza degli strumenti acquisiti e quindi un utilizzo completo, consapevole e strategico di questi

ultimi. La presenza in rete deve essere curata con attenzione sia nella modalità di proposizione al mercato che in quella del profilo grafico e dei contenuti.

Internet ha vissuto nel corso degli ultimi anni una radicale trasformazione che prosegue inarrestabile; si è passati dal Web 1.0, caratterizzato da una gestione molto statica, al Web 2.0 in cui si delinea un approccio partecipativo in continua evoluzione, in attesa del web 3.0 dove l'interazione nel web avrà sempre più una logica “semantica”.

Il tempo in cui un'azienda o un professionista creava un sito Web solo per avere una “presenza” su Internet è finito; oggi un sito Internet serve ad informare i clienti, offrire servizi, vendere prodotti, risolvere problemi e cercare di creare nuovi vantaggi al proprio business. Da una comunicazione unilaterale top-down (Web 1.0) in cui non c'era possibilità di dialogo, si è passati alla interazione bilaterale (Web 2.0) dove gli utenti, sia nelle dinamiche B2B ed ancor di più in quelle B2C, possono comunicare; da consumatori diventano “consum-attori”.

Ecco perché la necessità di gestire le informazioni, aggiornarle e sostenere una struttura interattiva diviene di primaria importanza per le realtà che si affacciano nel Web. Le aziende che vogliono giovare dell'utilizzo di strumenti web devono essere messe in condizione di interagire direttamente con e tramite gli strumenti stessi.

L'autonomia nella gestione del proprio sito internet risulta una delle chiavi più importanti del successo di quest'ultimo nonché la garanzia dell'efficacia della propria presenza sul web.

È di fondamentale importanza considerare che oggi, se un'azienda sceglie di “stare” in internet, deve farlo seguendo tutti i canoni di qualità. Il rispetto di queste regole comporta un naturale vantaggio in termini di business che non si estrinseca solo ed esclusivamente con l'aumento delle vendite o del fatturato ma anche con l'adeguatezza della proposizione dell'immagine, con la fidelizzazione dei clienti tramite l'erogazione di nuovi servizi.

funzioni di IOKO

IOKO è uno strumento flessibile, potente e sicuro che permette di creare e gestire CMS, siti e portali di ogni dimensione. Tra i molteplici vantaggi che un tool di sviluppo come IOKO può offrire, ne elenchiamo alcuni tra i più importanti e più facilmente percepibili dall'utilizzatore.

- Creare CMS (content management system);
- Architetture Complesse multi-sito;
- Possibilità di realizzare e aggiornare il sito senza essere degli esperti di HTML o di altri linguaggi di scrittura Web;
- Facile inserimento di testi, link, immagini, video, photogallery, download;
- Gestione dei contenuti in modalità semplificata attraverso maschere di caricamento utilizzando un facile ed intuitivo editor, semplice come scrivere una lettera su un programma di videoscrittura;
- Web 2.0 nativo: integrazione con i maggiori social network (Facebook, Twitter, Youtube), mappe interattive Google;
- SEO (search engine optimization) per migliorare la visibilità nel web ed ottimizzare l'indicizzazione nei motori di ricerca;
- Integrazioni con Google Analytics, strumento di analisi dei dati web che consente ai proprietari di siti web di comprendere in che modo i visitatori interagiscono con il loro sito web;
- Generazione di feed RSS tematici;
- Strumenti di comunicazione: mailing list, newsletter, sondaggi, blog, calendario eventi;
- Motore di ricerca interno;
- Gestione di aree riservate per la comunicazione e collaborazione con gli utenti finali o partner;

Inoltre, per coloro che hanno maggiore dimestichezza con questo tipo di strumenti:

- Realizzazione facilitata dell'architettura dei dati, attraverso la definizione di sezioni e categorie in cui classificare gli articoli;
- Definizione della scadenza delle informazioni per una agevole gestione di archivi verticali e/o trasversali; funzionalità di rimozione temporanea o definitiva delle informazioni con possibilità di recupero "da cestino";
- Sistemi di pubblicazione alternativa: integrazione con contenuti provenienti da fonti esterne come data base, Web services, rss;
- Gestione del flusso di redazione e pubblicazione: gerarchia di permessi per scrittura, approvazione e messa online dei contenuti;
- Multicanalità: stessi contenuti destinati a differenti device di fruizione (browser Web, smartphone e tablet);
- Possibilità di integrare codice PHP e Java all'interno delle pagine. Gestione automatica della mappa del sito;
- Generazione di codice xhtml e CSS nel rispetto delle regole del W3C.

In ogni caso, è possibile estendere le funzionalità base in ogni direzione desiderata con lo sviluppo di applicazioni specifiche "tailor made".

la soluzione per le imprese di distribuzione intermedia: K4

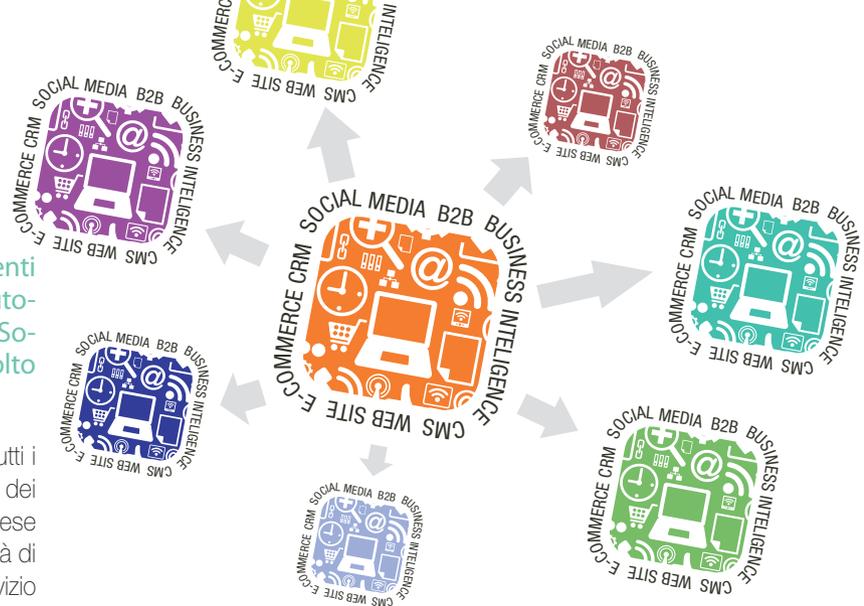
Network di siti web atti alla fidelizzazione del parco clienti e all'apertura di nuovi canali di vendita; gestibili in autonomia, i siti offrono servizi di e-commerce, Crm, SEO, Social Network, Prenotazioni, Statistiche avanzate e molto altro.

Oltre le considerazioni di carattere generale, ormai valide per tutti i mercati, relative all'aumento della concorrenza ed all'erosione dei margini di profitto, va accresciuta la consapevolezza delle imprese delle potenzialità offerte da internet come risposte alla necessità di diffondere le proprie azioni commerciali e di alzare il livello di servizio ai clienti, compensando l'impossibilità di effettuare sconti sui prezzi. Risulta dunque necessario affiancare ed integrare gli attuali prodotti software esistenti nelle aziende con strumenti innovativi che consentano di cogliere e di avere visibilità su nuove opportunità di business nel web.

Ogni impresa è chiamata a redigere la propria strategia per essere in linea con le evoluzioni di mercato che vedono le vendite crescere in termini quantitativi con sempre minori margini unitari e, per contro, le sempre più onerose strutture necessarie all'attività. Per emergere da questi scenari, aumentare il livello di servizio, fidelizzare i clienti, rinforzare il proprio brand e, soprattutto, aprire a nuovi canali di vendita risultano le attuali parole d'ordine.

Nell'ambito della distribuzione intermedia, dove la fidelizzazione e l'apertura a nuovi canali di vendita risultano particolarmente importanti, Krealia, forte dell'esperienza maturata in mercati complessi come ad esempio quello della distribuzione del farmaco, ha sviluppato un modello di business che vede nella "partecipazione" tra gli attori della medesima filiera (azienda di distribuzione e punti vendita/clienti) il viatico per opportunità commerciali strategiche per entrambi. Trasferire la propria forza in termini di risorse, iniziative e strutture ai propri clienti/retailer diviene essenziale per alimentare il proprio business.

K4 è il progetto web che concretizza tale modello e si basa su un'architettura estremamente flessibile e modulabile che consente la costruzione di siti web con diversi livelli di autonomia.



K4 è un CMS sviluppato con IOKO che **prevede la costituzione di un sito web, quello dell'azienda di distribuzione, che funge da "matrice" per lo sviluppo di "n" siti di cui dotare ciascun cliente.**

Krealia, affiancando l'azienda fin dalla fase di analisi, la mette in condizione di lavorare in autonomia: **il CMS K4 consente la totale gestione del proprio sito e dei siti che si vanno a generare, a garanzia del dinamismo e della reattività che il mercato oggi richiede.**

I siti sviluppati dall'azienda di distribuzione possono essere forniti ai suoi clienti in forma gratuita o con qualsiasi formula di pagamento l'azienda voglia adottare, diventando la stessa modalità di fornitura una leva di business.

I siti dei clienti, essendo una sorta di emanazione del sito dell'azienda, pur avendo una loro identità e pur potendo essere liberamente gestiti e personalizzati dai singoli clienti, possono rimanere fortemente integrati per una gestione centralizzata di servizi come l'e-commerce o per fungere da strumenti di diffusione di attività dell'azienda (pubblicità, news, campagne commerciali ecc).

L'utilizzo di K4 genera dunque un network; come interpretare tale potenzialità da un punto di vista marketing e di proposizione al mercato dipende dalle strategie che l'azienda, attore principe del progetto, intende perseguire. Il modello K4 risponde perfettamente

alle esigenze di realtà che formano una "catena" e si rifanno dunque ad un unico brand ma può essere altresì inteso come servizio aggiuntivo che l'azienda offre al proprio parco clienti, al di là dell'esplicita visibilità nel mercato. I singoli siti generati dall'azienda, infatti, possono risultare indipendenti dall'immagine di quest'ultima presentando una grafica e delle funzionalità personalizzate: i siti sono dotati di un pannello di controllo molto intuitivo che consente la totale gestione del layout, dei contenuti e dei servizi. E' scelta dell'azienda se consentire ai clienti l'accesso al totale controllo sui loro siti o se concederme solo in parte.

Con K4 si possono gestire realtà aziendali multi locate di ogni genere in cui il sito "master" governa le politiche del web di tutti i siti ad esso collegati.

Nel modello di business proposto con K4 c'è la possibilità di stabilire una forte integrazione tra l'impresa e la sua clientela/retail per realizzare un progetto web utile a rafforzare la posizione commerciale di entrambe; il tutto seguendo le logiche di B2B o B2C.

In sintesi, una soluzione dove la sinergia tra cliente e fornitore si realizza in progetti commerciali comuni: l'impresa eroga servizi evoluti alla sua clientela che partecipa al network creatosi nel web ed i singoli retailer, a loro volta, dispongono di strumenti idonei a fornire servizi sempre più efficienti alla propria clientela.

distributore

Il sito o portale web dell'azienda che voglia adottare K4 viene sviluppato tenendo in considerazione le specifiche realtà dell'azienda e mettendola in condizione di interagire direttamente nella gestione dei contenuti e del layout. Il CMS sviluppato con IOKO, infatti, consente un livello di autonomia molto spinto, presupposto essenziale per fare del proprio sito uno strumento di riferimento per la propria clientela come anche per l'utenza finale. Un pannello di controllo molto intuitivo consente di caricare testi, modificare immagini, menù, posizione degli elementi che compongono il layout e tutto quanto necessario alla gestione quotidiana e straordinaria di un sito che voglia proporsi come un portale interattivo e dinamico, punto di riferimento per il mercato. Krealia offre formazione specializzata sugli strumenti che sono stati studiati con criteri di semplicità ed usabilità, accompagnando il cliente in un percorso che termina con la sua autonomia. Con altrettanta semplicità, il sistema prevede l'inserimento nel sito di servizi specifici e personalizzati; CRM, e-commerce, prenotazioni, integrazione con i social network e canali Youtube sono solo alcuni dei servizi pronti all'uso già disponibili in K4.

1:N

cliente

Il sito del cliente viene sviluppato dal distributore, previa specifica formazione che quest'ultimo riceverà da Krealia. Questo innesca, per l'azienda, un nuovo motivo di avvicinamento alla realtà imprenditoriale del cliente, con cui si avrà un nuovo motivo di contatto. Tramite interfacce intuitive e predefinite, il distributore attiverà il sito del cliente: un sito istituzionale con tutte le informazioni relative al "chi siamo" ai "prodotti" ai "contatti" ecc. In una specifica area riservata, anch'essa predefinita dal sistema, il sito presenta il pannello di controllo che consente la gestione di quanto attivato per l'aggiornamento dei contenuti. In base a quanta autonomia il distributore deciderà di dare al cliente, il pannello di controllo può consentire la stessa indipendenza di gestione che consente al sito del distributore. Il sito del cliente, in base agli accordi commerciali che l'azienda decide di prendere nella fornitura di tale servizio, può quindi fungere da strumento di comunicazione e business per il cliente ma anche da prolungamento delle attività dell'azienda stessa che potrà diffondere le proprie attività tramite i propri clienti. Ad esempio, questo strumento può essere utilizzato come opportunità di visibilità sul mercato anche per i fornitori dei prodotti che l'azienda vende: quest'ultima può offrire degli spazi pubblicitari o informativi su tutti i siti attivati.

Entrambe i siti, dell'azienda e del cliente, possono essere dotati di servizi strategici pronti all'uso:

CRM - offrire servizi con una sempre maggiore personalizzazione, esattamente come accade per altri mercati evoluti come quelli dei servizi (Telefonia, Energia, Moda, ecc..) è un'esigenza che si sta consolidando in tutti i settori. Con K4 oggi è possibile implementare un modo di concepire il Customer Relationship Management che segua perfettamente lo stile e le esigenze dell'impresa. Creare un rapporto di comunicazione diretto con il cliente per fidelizzarlo con una costante ed adeguata comunicazione; non più quindi solo una semplice gestione di dati, ma un efficiente strumento di personalizzazione dei profili dei clienti, finalizzato alla soddisfazione del singolo utente. Una serie di informazioni appositamente strutturate sia nella fase di input che in quella di output, che consentono di seguire, nel pieno rispetto della privacy, gli usi, le preferenze e le esigenze dei clienti, anticipandone ove possibile i bisogni, in maniera proattiva e particolarmente utile alla fidelizzazione.

E-Commerce B2C - Una delle forme in cui è maggiormente tangibile il risultato della sinergia nella catena di distribuzione è la nuova frontiera dell'e-commerce di K4. Sviluppata appositamente con IOKO, la soluzione di e-commerce prevede che **l'utente finale/consumatore, in funzione della specifica richiesta di prodotto, acceda al sito del Retailer e possa visualizzare il "magazzino" dell'azienda fornitrice. In questo modo l'offerta si compone di tutti quei prodotti che l'azienda renderà disponibili on-line.** Il cliente avrà la chiara percezione di navigare nel sito del suo negozio di fiducia e potrà acquistare o prenotare il prodotto, ritirarlo in negozio o riceverlo a domicilio. La piattaforma di e-commerce offre l'opportunità di geolocalizzare la richiesta dell'utente per individuare ed indirizzare al sito del punto vendita più vicino dove il prodotto risulta disponibile.

L'accesso al sito da parte dei consumatori è un'ottima occasione per relazionarsi con loro e fornire un servizio ed una scelta che difficilmente troverebbe altrove.

Analisi dei dati: business intelligence a portata di click -

Avere una visione completa dell'andamento della propria azienda significa porre attenzione non solo al trend gestionale interno ma anche alle dinamiche esterne del mercato di riferimento.

La valutazione congiunta di queste analisi possono mettere l'azienda, come qualunque attività commerciale, in condizione di intervenire a seconda delle aree di criticità che potranno evidenziarsi.

L'analisi dei dati di vendita per acquisire consapevolezza di come si sta muovendo il mercato, in termini di prodotti venduti, prezzi praticati, comparazione con gli altri canali di vendita, ecc. risulta un prezioso strumento di business.

Oggi nel mercato esistono diverse società che propongono analisi dei dati di vendita variamente complesse e molte aziende hanno già in mano statistiche su cui fare importanti considerazioni o da distribuire ai propri agenti.

Con K4 è possibile inserire, visualizzare ed interrogare questi dati nell'area riservata di ciascun sito generato, in un'unica schermata facilmente navigabile. In tal modo, il sito diviene uno strumento gestionale oltre che di comunicazione e di vendita. La consultazione di qualsiasi dato o statistica via web ne semplifica la distribuzione, automatizza i processi, facilita l'accesso agli stessi e ottimizza costi e tempi consentendone l'aggiornamento in tempo reale.

Social Network - Parlare oggi di web 2.0 significa parlare di Social Network e di tutte quelle possibilità che sono offerte agli utenti di interagire nel web. Questa possibilità oggi è diventata un'esigenza che esercita una fortissima intensificazione nell'utilizzo economico e sociale degli strumenti che il Web stesso, negli anni, ha sviluppato e reso alla portata di tutti. K4 è tecnologicamente strutturato in modo da prevedere una facile integrazione ai social network, fatto che consente l'amplificazione della diffusione e promozione di tutte le attività e iniziative dell'azienda o del negozio.

Prenotazioni - Un sistema evoluto deve poter consentire la gestione delle prenotazioni di tutti i servizi disponibili e prenotabili in negozio.

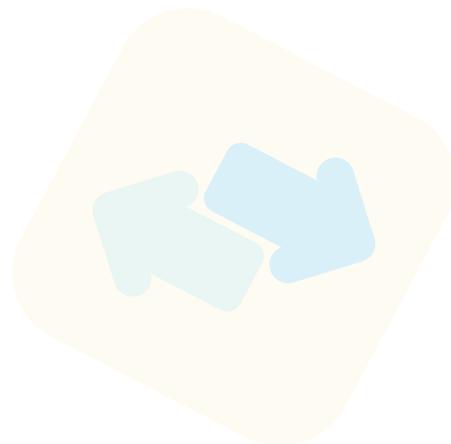


Strumenti di pagamento - K4 si integra completamente con il sistema di pagamento Paypal che evita costi fissi e consente di ricevere pagamenti dalle carte di credito e carte prepagate più diffuse. Ogni altra forma o circuito di pagamento è realizzabile a richiesta del cliente.

Statistiche avanzate di Navigazione - K4 si integra perfettamente con il servizio Google Analytics, sistema di analisi e statistiche di accesso avanzato (al momento attuale è il migliore e più completo) che mostra in che modo gli utenti interagiscono con il proprio sito, le loro modalità di navigazione, le aree geografiche di provenienza, le preferenze e le abitudini. In sintesi, uno strumento che suggerisce come trarre il massimo profitto dal proprio sito web.

education/formazione

Qualunque progetto, se non accompagnato in maniera adeguata da una seria e competente attività di formazione, è destinato a naufragare. L'esperienza acquisita ci insegna che il successo di un'operazione sta anche e soprattutto nella preparazione che viene offerta per la gestione degli strumenti che la compongono. L'obiettivo è di rendere il cliente il più autonomo possibile nella gestione ordinaria, perché solo una maggiore autonomia consente un libero utilizzo dello strumento, lascia spazio alla creatività e consente di sfruttare fino in fondo tutte le reali potenzialità del prodotto. La formazione, nella sua accezione più ampia, prevede dunque non solo l'apprendimento dello strumento ma una vera e propria adeguata istruzione affinché il cliente possa sfruttarne al massimo tutte le sue potenzialità; corsi di formazione utili a sostenere l'utente affiancandolo nel processo di apprendimento per metterlo nelle condizioni di utilizzare al meglio il sistema e coglierne le molteplici opportunità di business.



krealia

Tel. 199.128.900 - www.krealia.it - info@krealia.it CF/P/iva 01699790430
Bologna, via Canova, 30 - 40138 Bo
Macerata, str. Cluentina, 26 - 62010 Mc

