VareseNews

Eolo cambia il sito con Tinext, le vendite raddoppiano

Pubblicato: Lunedì 6 Luglio 2015

Tinext realizza il restyling completo del sito di NGI attraverso il brand EOLO e sviluppa la nuova piattaforma e-commerce che ha permesso, solo nel primo mese, un raddoppio delle vendite degli abbonamenti in modalità self-provisioning da parte degli utenti. **Tinext per EOLO ha saputo trasformare il web in un vero e proprio canale di vendita e di relazione col cliente, imprescindibile per un'azienda in crescita vertiginosa: oltre 180.000 i clienti attivi, con una crescita costante anno su anno.**

Il nuovo portale di EOLO doveva attuare la nuova strategia di marketing aziendale, basata su una user experience ottimale, il responsive design, la personalizzazione dei messaggi e la piena autonomia dei clienti nella scelta e nella gestione degli abbonamenti per Internet e telefonia. Lato amministrazione, si richiedeva massima semplicità e flessibilità per un utilizzo da parte di utenti non tecnici (staff marketing).

«Tinext, attraverso la soluzione di content management Magnolia 5, ha posto l'esperienza dell'utente reale al centro della progettazione web, applicando il principio del 'customer journey'» commenta Maurizio Sofo, Project Manager Tinext. «**Dopo un'analisi di mercato ed una serie di prototipi, abbiamo approntato dei percorsi di navigazione specifici per le cinque categorie di utenti target di Eolo**: clienti finali, clienti B2B, rivenditori, VAR e partner wholesale. Ognuno di questi cinque segmenti può ora accedere a contenuti dedicati, oltre che ad una dashboard personalizzata per gestire il proprio account». Un altro importante plus del nuovo portale EOLO è la forte integrazione con i sistemi aziendali preesistenti, per cui Tinext ha messo in campo le proprie competenze di system integrator

abituato a lavorare su progetti di livello enterprise.

Dopo una gara con altre tre top agency italiane, EOLO ha scelto l'azienda di Gallarate per una molteplicità di ragioni. «Abbiamo deciso di lavorare con Tinext per cinque motivi principali – dichiara Andrea Ferronato, IT Manager di EOLO- La scelta del CMS Magnolia, di cui Tinext è partner certificato, che ci è sembrata fin da subito la piattaforma in grado di rispondere al meglio alle nostre esigenze; la capacità di offrire soluzioni dalla user-experience ottimale attraverso la prototipazione; forti competenze di brand e web design, grazie ai diversi team creativi interni; le solide capacità di system integration; non da ultima, la facilità di interazione col nostro staff per la gestione del progetto».

Tinext ha lavorato a stretto contatto con diverse business unit interne di Eolo: marketing, sistemi informatici e customer service, per elaborare una strategia web precisa e in linea con la nuova visione dell'azienda. «I clienti oggi si aspettano che un'azienda fornisca loro esattamente le informazioni che vogliono, in maniera immediata, su qualsiasi device» commenta Riccardo de Rinaldini, Marketing Manager di EOLO.

Il nuovo portale consente agli utenti di ricevere informazioni personalizzate in tempo reale e di gestire in piena autonomia il proprio servizio. Inoltre, la spiccata misurabilità del funnel di acquisto permette all'azienda di adottare strategie di marketing intelligence per studiare il comportamento degli utenti e migliorare costantemente l'offerta. "Tanto ora aggiornare le proposte online è semplicissimo – conclude De Rinaldini – riesco a farlo anche io!".

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it