

Oltre i confini della crisi: nuove frontiere per l'ingrosso



WEBINAR
Mercoledì 18 Novembre, ore 11.00-12.30

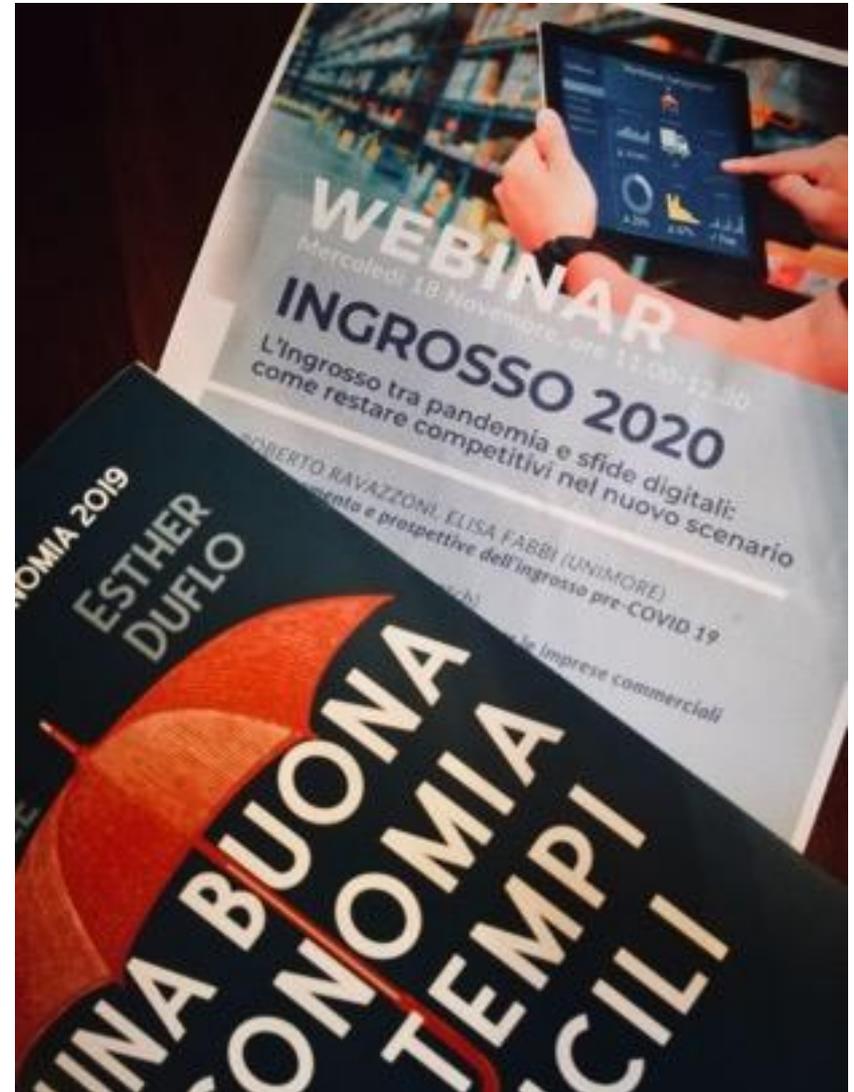
INGROSSO 2020
L'ingrosso tra pandemia e sfide digitali:
come restare competitivi nel nuovo scenario

Italia, 18 novembre 2020

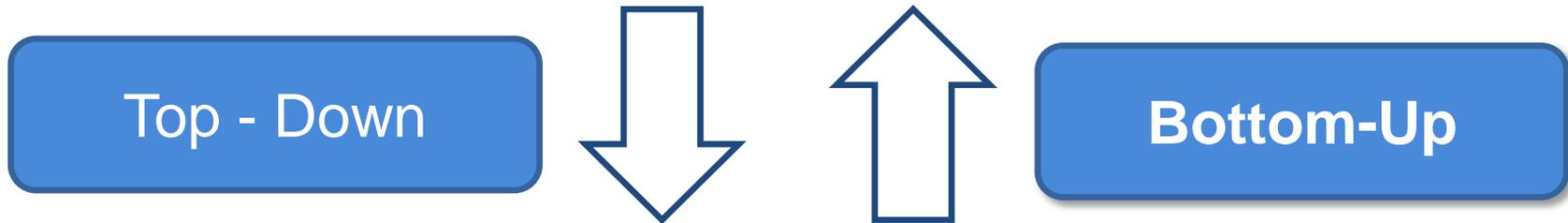


Accelerazione iniziale

«Il dato più straordinario degli ultimi 40 anni è la velocità del cambiamento, nel bene e nel male. Tanto è cambiato in meglio. Non tutti questi cambiamenti sono stati voluti»



Capovolgere la prospettiva



- L'identificazione delle tendenze deve venire **dall'analisi degli scenari** che si aprono nei mercati a valle
- Definizione prospettive strategiche volte a costruire **partnership** finalizzate alla conquista di un **vantaggio competitivo basato sulla crescita del cliente**

Verificare l'evoluzione degli scenari a valle in cui sono impegnati i clienti Business deve essere precondizione allo sviluppo di relazioni di fornitura in grado di creare vero **valore** per il cliente



Verso una relazione *Human2Human*

Maggiore
consapevolezza

Maggiore
informazione

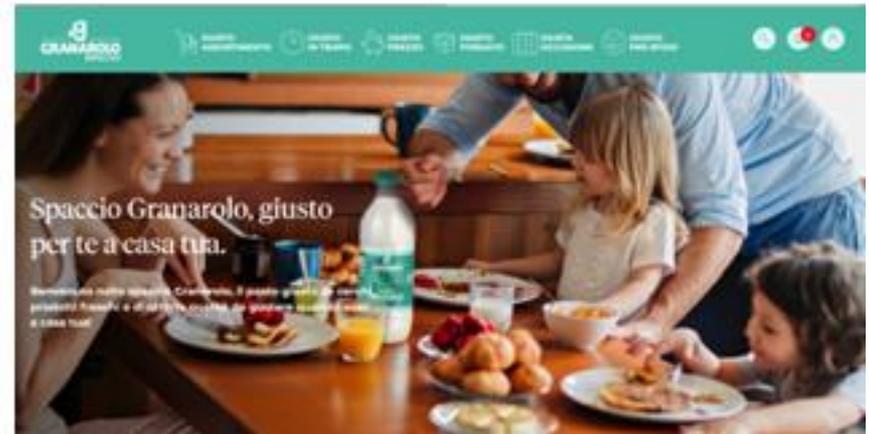


Capacità di proporre **soluzioni innovative e differenziate.** Non solo intermediari di tecnologie e prodotti

The Essence Of Business Marketing Theory, Research, and Tactics: Contributions from the Journal of Business-to-Business Marketing



Le «regole del gioco» cambiano velocemente ...



Il successo del canale digitale nella distribuzione dei beni dipende dalla sua **capacità di equilibrare due compiti: quello informativo e quello logistico**, garantendo livelli di efficacia ed efficienza superiori rispetto a quello fisico



...molto velocemente



Il mercato in mobilità!

Cosa è MG Evolution?

MG Evolution nasce con l'obiettivo di **semplificare le operazioni di acquisto dei prodotti ortofrutticoli** per tutti gli operatori del settore.

L'esperienza trentennale in ambito agroalimentare sviluppato nel settore del mercato ortofrutticolo, in collaborazione con un team di esperti informatici ci ha permesso di realizzare un progetto unico, che ha come obiettivo la semplificazione dell'acquisto dei prodotti fin d'ora acquisiti presso i centri agroalimentari territoriali e nazionali, in ambito digitale.

MG Evolution è l'unica piattaforma in Italia in grado di fornire, **IN TEMPO REALE**, il valore di mercato, la disponibilità e tutte le informazioni dei prodotti ortofrutticoli presenti in sede e rivolti al mercato della grande distribuzione (B2B - Business to Business).

Scopri di più



Gli acquisti all'ingrosso si fanno dallo smartphone

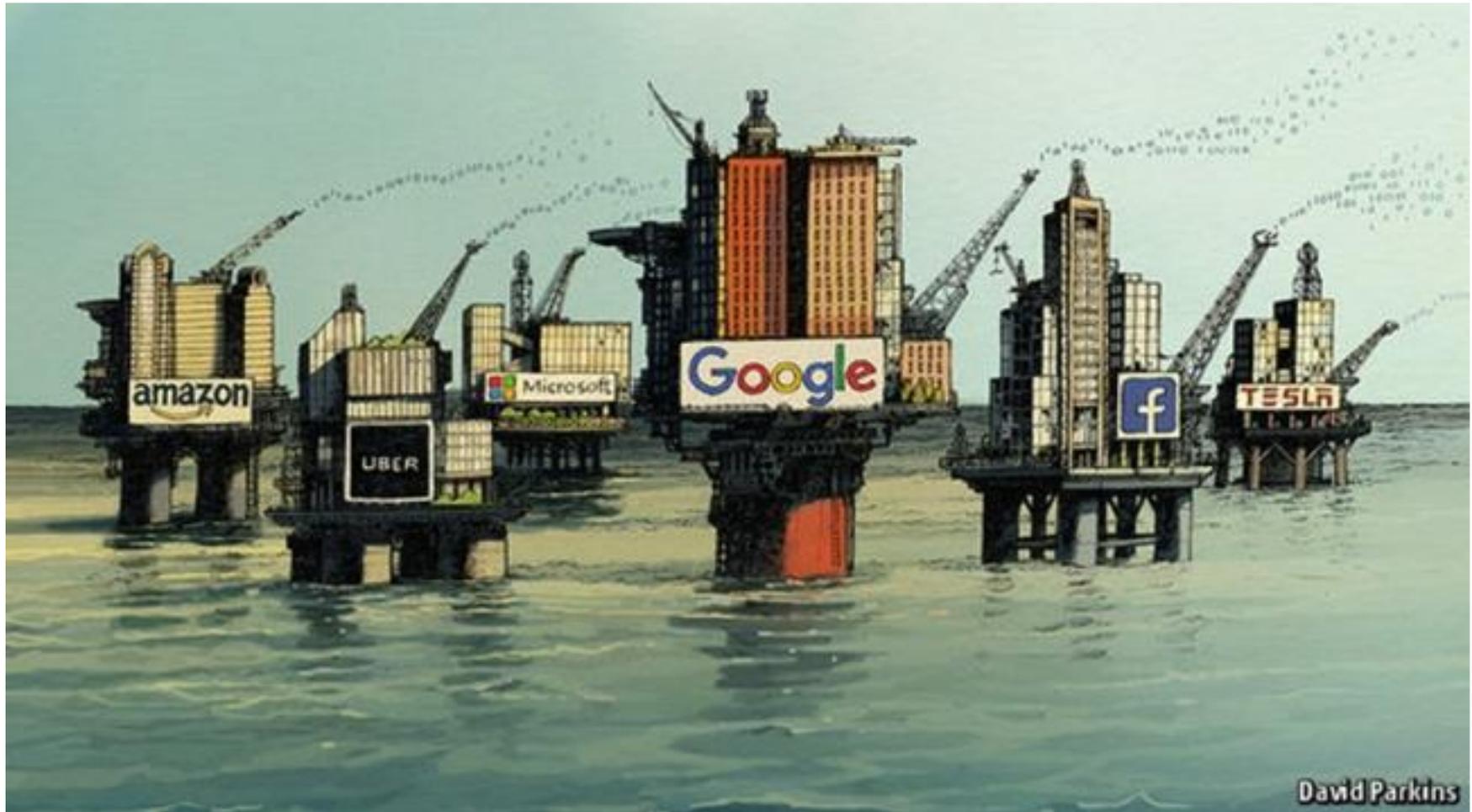
E' possibile acquistare ortofrutta all'ingrosso senza spostarsi da casa? Da oggi si, con la piattaforma **Mercati Generali Evolution** ([clicca qui](#) per accedere) nata per incrociare l'offerta dei grossisti con le richieste degli utenti, che siano Gdo, dettaglianti, consumatori finali o settore Horeca.

I mercati ortofrutticoli di Brescia riaprono ai privati

A partire da sabato 4 luglio: l'ingresso consentito fino alle 11



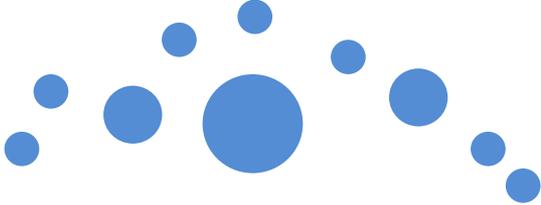
Il futuro? Ci siamo sopra ...

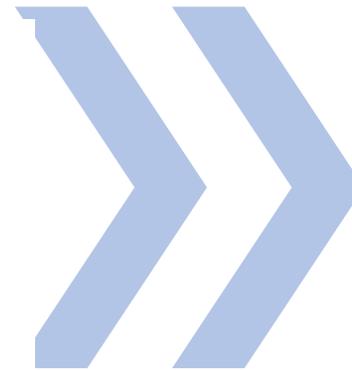


David Parkins



Un viaggio che è (anche) Business!

- 
- Conoscenza profonda delle esigenze del cliente
 - Analisi decisione di acquisto
 - Servizio post-vendita
 - Dinamiche di loyalty
- 



Business
Customer
Journey

Fasi da monitorare

Un canale digitale più robusto e funzionale aiuta il contesto fisico:
sinergia e collaborazione (anche) a livello logistico mediante la
progettazione congiunta



Nuove regole per la Supply Chain (e solide basi)

Servizio



Velocità di
consegna



Previsioni



e-commerce

Occorre fare tesoro dell'esperienza pregressa e immaginare nuovi paradigmi per la Supply Chain che siano in grado di garantire maggiore **semplicità** e a valle una maggiore **capillarità (efficienza necessaria!)**



Verso una Digital Supply Chain

- *L'importanza dell'utilizzo dei dati* -

Approvvigionamento

Analisi di dati dei propri fornitori per ottimizzare acquisto e magazzino

Produzione

Profittabilità dei diversi codici prodotto per ottimizzare il portafoglio e la produzione

Distribuzione

Dati comportamentali e informazioni di mercato

Per le imprese smart l'approccio ideale per abbracciare il Trade 4.0 è nella capacità di sfruttare al meglio il dialogo con i propri interlocutori business, **abbinando all'elaborazione dei dati una riorganizzazione dei processi di mercato**



Da dove ripartire? Da un'idea!

«Le idee sono potenti. Le idee trainano il cambiamento. La buona economia da sola non può salvarci. Ma senza di essa siamo costretti a ripetere gli errori di ieri»

(Abhijit Banerjee, Esther Duflo)

CREAT(T)IVITÀ

DATI

«Non era Albert Einstein a dire che la follia è ripetere lo stesso esperimento, aspettandosi risultati diversi?»

(A. Saravalle, C. Stagnaro)

SUPPLY
CHAIN

«C'è qualcosa di grandioso in quest'idea!»

(Charles Darwin)

PERSONE

COLLABORAZIONE

Grazie per l'attenzione!

elisa.fabbi@unimore.it

