

Oggi tutti parlano dell'internet, la rete delle reti, a volte in termini entusiastici, altre volte catastrofici, come recentemente nel caso dell'attacco degli hacker ad alcuni siti americani.

“È difficile selezionare le informazioni per farsi un'opinione precisa su che cosa sia Internet, a che cosa serva e come stia cambiando la nostra vita”, afferma Sergio Cipri, amministratore delegato di OpeNNet, società che fornisce servizi telematici alle imprese. “Se questa opinione incide anche sulla gestione di un'impresa, capire l'impatto della Rete sul business aziendale diventa importantissimo per decidere le strategie di sviluppo della propria attività. OpeNNet, presenta all'impresa i diversi modi in cui può entrare nella Rete e, secondo le esigenze, propone un programma personalizzato che procede per approfondimenti successivi”.

Come entrare nell'e-business

Il business elettronico sta per esplodere anche in Europa, come ha fatto negli Stati Uniti. Un inserimento graduale oggi permette di familiarizzarsi col sistema e guadagnare un vantaggio competitivo sulle imprese che considerano prematuro avvicinarsi a questo mondo affascinante. È perciò molto importante sapere come si opera in questo mercato. Con la collaborazione di Cipri, analizziamo le possibilità offerte alle imprese dall'uso dell'internet.

Per *fini interne*: come fonte di servizi e informazioni e come strumento di comunicazione tra i dipendenti e con la forza vendite, i clienti e i fornitori.

Come *strumento operativo*: per fornire assistenza immediata e approfondita ai commerciali e direttamente ai clienti, organizzare il training sui prodotti, gestire prontamente e con precisione i dati relativi agli ordini, acquisire informazioni sul mercato e sulla concorrenza, interloquire con le organizzazioni di categoria, con la pubblica amministrazione, ecc.

Come *vetrina*: l'internet è un grande contenitore in cui tutti possono essere presenti. L'impresa può inserire le informazioni comunicate tradizionalmente con cataloghi, brochure, materiale promozionale, con risparmio di costi di realizzazione, stampa e spedizione e con la possibilità di aggiornamenti in tempo reale. Utilizzare l'internet come vetrina porta all'impresa una visibilità potenzialmente infinita, che tuttavia si disperde proprio per il motivo che anche



Sergio Cipri

E-business: OpeNNet aiuta gli imprenditori a decidere

di Lorenzo Paparo

“gli altri” sono presenti. L'efficacia di un sito web - per quanto realizzato secondo i migliori canoni di grafica e di contenuti - non può prescindere da un impegno importante in termini di promozione e comunicazione, sia on line, che off line.

Come *nuovo canale di vendita*: il visitatore del sito è “catturato” e trasformato in cliente. Ciò avviene suscitando il suo interesse e la sua simpatia in modo che sia portato a tornare sul sito. Poco alla volta si costruisce una relazione di partnership in cui anche il visitatore/cliente comunica informazioni e pareri. Tarando l'offerta sulle mutevoli esigenze dei clienti, si possono presentare soluzioni diverse a clienti diversi, applicando il cosiddetto marketing one-to-one, che si distingue dal marketing di massa degli anni '80-'90 che offriva soluzioni indifferenziate a grandi gruppi di clienti. Su Internet, l'approccio al cliente,

Che cosa rappresenta Internet per l'impresa?

Un mezzo di comunicazione
Un canale di vendita
Uno strumento in appoggio alla rete commerciale tradizionale
Una riduzione dei costi medi di struttura
Un modo conveniente di raggiungere nuovi mercati
Un servizio aggiuntivo al cliente
Un rafforzamento dell'immagine aziendale
Una fonte d'informazione su clienti, fornitori e concorrenti
Un meccanismo di valutazione della propria posizione di mercato (rispetto alla concorrenza, rispetto ai prodotti, rispetto ai servizi di assistenza, rispetto alla soddisfazione del cliente)

considerato un individuo con caratteristiche specifiche, è personalizzato. La risposta alle sue esigenze è continua, sollecita, altamente qualificata, il più possibile personalizzata.

Come *progetto di business elettronico*, integrando il sistema informativo dell'azienda coi nuovi strumenti di connessione. In questa fase, che comprende e supera le precedenti, il visitatore accede al sito, decide e conclude l'acquisto on line con i sistemi di pagamento elettronici.

L'ordine perviene direttamente all'azienda che lo evade elettronicamente, provvedendo all'invio del prodotto e alla comunicazione con le funzioni aziendali interne ed esterne interessate dalla transazione (produzione, amministrazione, magazzino, fornitori esterni, società incaricate del trasporto, ecc.).

Tutta la gestione dell'ordine avviene per via elettronica, senza intervento umano, se non di supervisione. Questa fase è la più complessa e delicata: occorre avere un partner molto competente ed economicamente solido, ma allo stesso tempo agile, dinamico e all'ascolto delle esigenze specifiche di ogni impresa.

OpeNNet il partner di fiducia

Come dicevamo il miglior approccio all'internet è quello graduale, per assimilare tutte le potenzialità del mezzo e trarne in ogni fase di approfondimento il maggior vantaggio. Per trovare certezze e risposte in questo settore così giovane, caratterizzato da facili entusiasmi e in mutamento continuo e rapidissimo, occorre appoggiarsi a operatori competenti, qualificati, professionali che indichino anche le aspettative realistiche in funzione degli investimenti previsti per ciascun “Progetto Internet”.

OpeNNet che è una società per azioni, attraverso i suoi Business Partner si occupa con la stessa attenzione e cura delle grandi come delle piccole imprese. Essa accompagna le imprese nel loro sviluppo sul mercato elettronico in un'ottica di lungo periodo, propria di chi decide le strategie aziendali con vero spirito imprenditoriale.

“OpeNNet”, conclude Cipri, “è un'azienda rete che si avvale di Business Partner, che si occupano dei diversi aspetti di Internet: studi di grafica, internet service provider, software house, società di informatica, ecc. In questo modo è in grado di assicurare al cliente servizi e competenze a 360° pur rimanendo un unico interlocutore.”