

# UNES A CASA – la spesa a domicilio di Unes

## Composizione del Gruppo:

843616, Federico Comolli, [federico1.comolli@mail.polimi.it](mailto:federico1.comolli@mail.polimi.it)

844786, Francesco Corda, [francesco.corda@mail.polimi.it](mailto:francesco.corda@mail.polimi.it)

## 1 Documento di vision

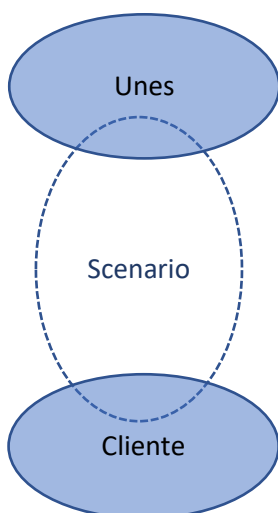
### 1.1 Introduzione:

Unes è una catena di supermercati fondata nel 1967 a Milano dall'unione di sette negozianti, con l'obiettivo di creare una rete di supermercati. Attualmente la catena conta 190 punti vendita nel nord Italia, concentrati principalmente in Lombardia e Piemonte. Nel 2002 viene acquistata dal gruppo Finiper, di proprietà di Marco Brunelli. Nel 2006 il rinnovo del consiglio di amministrazione porta ad un cambiamento nella politica commerciale dell'azienda; nasce il marchio U2 portando avanti la politica EDLP (Every Day Low Price).

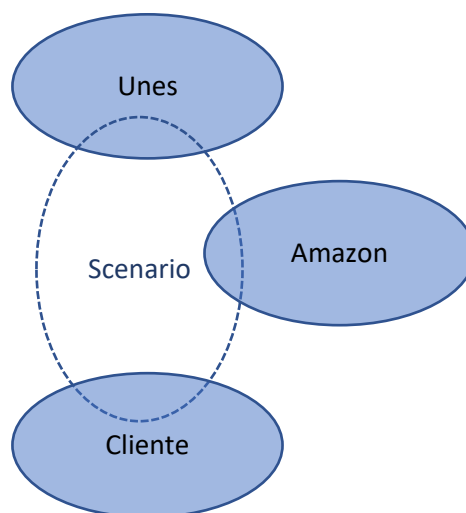
L'avvento di internet e dell'e-commerce ha evidenziato una grande opportunità di business per l'intero settore agroalimentare. Unes, al pari di altre aziende del settore, possiede una ristretta presenza sul web, sia a livello di marketing sia a livello di vendita al dettaglio.

La società ha deciso di entrare nel mercato online con "UNES A CASA", una soluzione che permetta a tutti gli abitanti di Milano di ricevere la spesa a domicilio.

### Scenario 1



### Scenario 2



### Business model Scenario 1

Partecipanti	B2C
Oggetto dello scambio	Beni alimentari
Orizzonte temporale	Dinamico
Drivers	Efficacia: estensione(disponibilità on-time, online e accessibilità multicanale) e ricchezza(customer intimacy e transizionalità)

## Business model Scenario 2

Partecipanti	B2C, B2B
Oggetto dello scambio	Beni alimentari
Orizzonte temporale	Dinamico (con i clienti), Statico (con Amazon)
Drivers	Efficacia: estensione(disponibilità on-time, online e accessibilità multicanale) e ricchezza(customer intimacy e transizionalità)

### 1.2 Background

Unes è una catena di supermercati che conta circa 190 punti vendita diffusi nelle regioni del nord Italia. L'azienda possiede principalmente negozi di medie dimensioni e cerca di proporre al cliente dei prodotti di buona qualità ad un giusto prezzo.

Ogni punto vendita della catena gestisce autonomamente le seguenti funzionalità:

- Gestione del magazzino
- Gestione del punto vendita
- Gestione e utilizzo delle risorse informative

Le seguenti funzionalità sono invece gestite in modo centralizzato:

- Sezione amministrativa-contabile
- Marketing
- Sezione commerciale
- Gestione personale
- Gestione immobili

In ognuna delle grandi città in cui Unes è attiva, è presente un magazzino centrale che è responsabile del rifornimento dei magazzini dei singoli punti vendita.

### Analisi della situazione attuale

<b>Parte</b>	Unes SpA
<b>Attività</b>	Si occupa della distribuzione al dettaglio di generi alimentari e casalinghi
<b>Situazione Informatica</b>	E' presente un sito web statico, un sistema per la gestione del magazzino, un software per i registratori di cassa e un software per la gestione del personale
<b>Modalità operative</b>	Attualmente la catena di supermercati opera esclusivamente tramite i negozi fisici, <u>NON esiste</u> un sito web dedicato alla vendita al dettaglio on-line
<b>Obiettivi</b>	L'obiettivo dell'intervento al sistema informativo è di vendere online i prodotti della catena ampliando l'utenza del marchio

### **1.3 Requisiti generali e funzionalità**

L'obiettivo del progetto è lo sviluppo di una piattaforma di e-commerce per aprirsi a questo nuovo canale di vendita.

Il progetto richiede le seguenti funzionalità:

- creazione piattaforma web di tipo front-end per interfacciarsi col cliente
- creazione catalogo (identificazione dei prodotti tramite il protocollo UNPS)
- profilazione del cliente
- creazione offerte personalizzate sul profilo cliente
- modulo di assistenza clienti
- sistema di consegna
- modulo per tracciare le spedizioni
- creazione di un deposito dedicato
- software ausiliario alla preparazione dell'ordine
- software per raggruppare gli ordini in base a indirizzo e orario di consegna
- addetti alla composizione degli ordini
- addetti alla consegna dei prodotti
- integrazione con il sistema di gestione dei depositi esistente

### **1.4 Requisiti architetturali**

Il progetto intende aggiungere le funzionalità di e-commerce sopra elencate, senza sostituire la realtà dei negozi fisici.

L'intervento è limitato all'area della città di Milano.

È necessario aggiungere un nuovo magazzino dedicato alle vendite online, indipendente dai magazzini dei punti vendita.

L'azienda possiede già un sistema di gestione del rifornimento dei magazzini, a cui le nuove funzionalità si dovranno integrare.

Si deve riprogettare il sito web "unes.it", implementando la sezione dedicata allo store online.

L'attuale call center deve essere potenziato per fare fronte al numero maggiore di problematiche causato dalla vendita online.

Per fare fronte alle novità introdotte, sono inoltre necessari l'acquisto dei moduli hardware dedicati ad ospitare la piattaforma web e il back-end di gestione e l'assunzione di nuovo personale per la composizione degli ordini e per la consegna.

## 2 Progettazione dell'Enterprise Architecture

### Soluzione 1

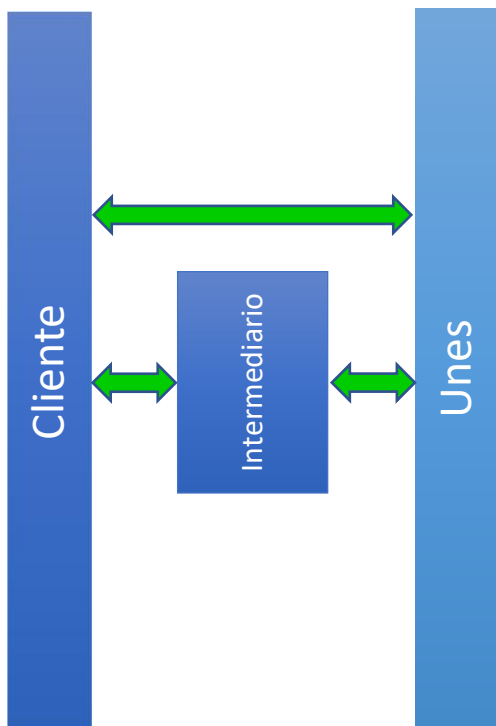
#### **2.1 Descrizione testuale**

La prima soluzione prevede la riprogettazione del sistema informativo dell'azienda con lo scopo di gestire l'aspetto di e-commerce.

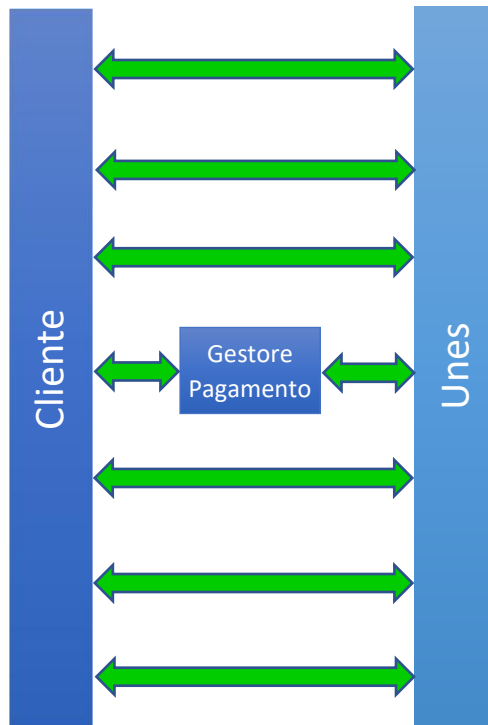
E' necessario progettare la piattaforma web integrandola col sito già esistente, creare e gestire un magazzino apposito per tale funzionalità e progettare un sistema di consegne.

#### **2.2 Aspetto organizzativo**

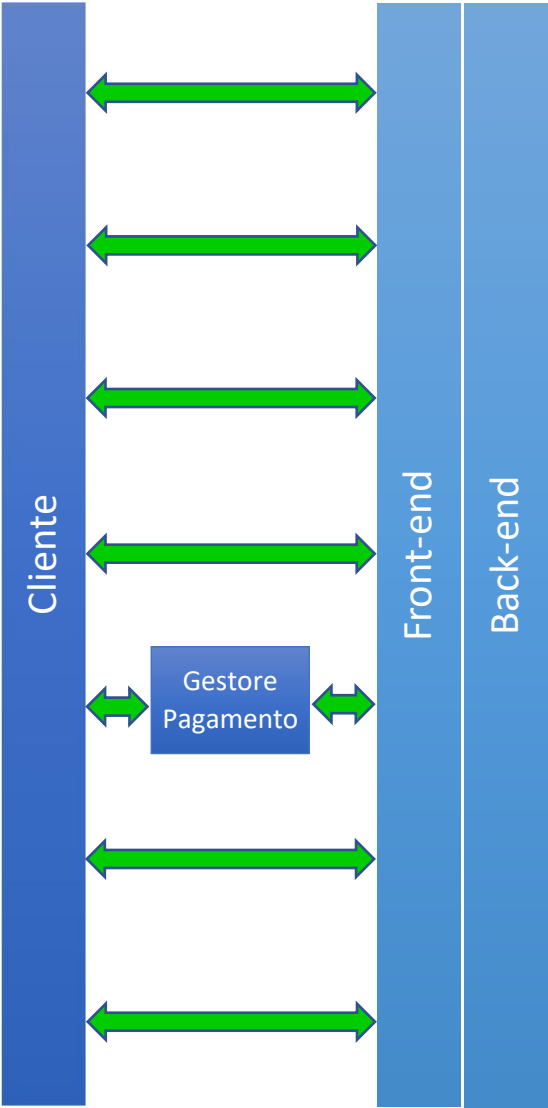
##### Struttura organizzativa, Livello 1



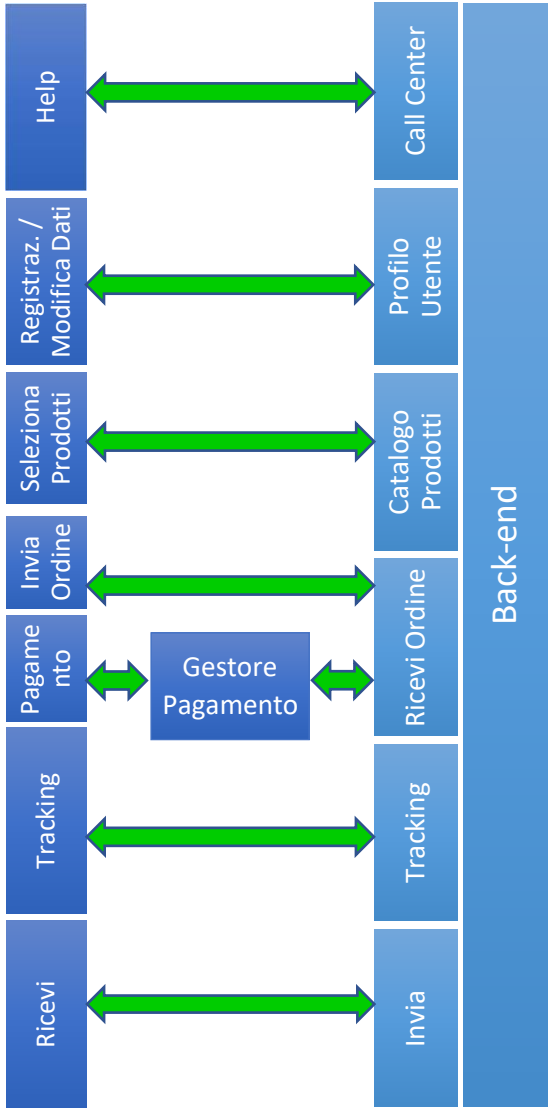
##### Struttura organizzativa, Livello 2



Struttura organizzativa, Livello 3



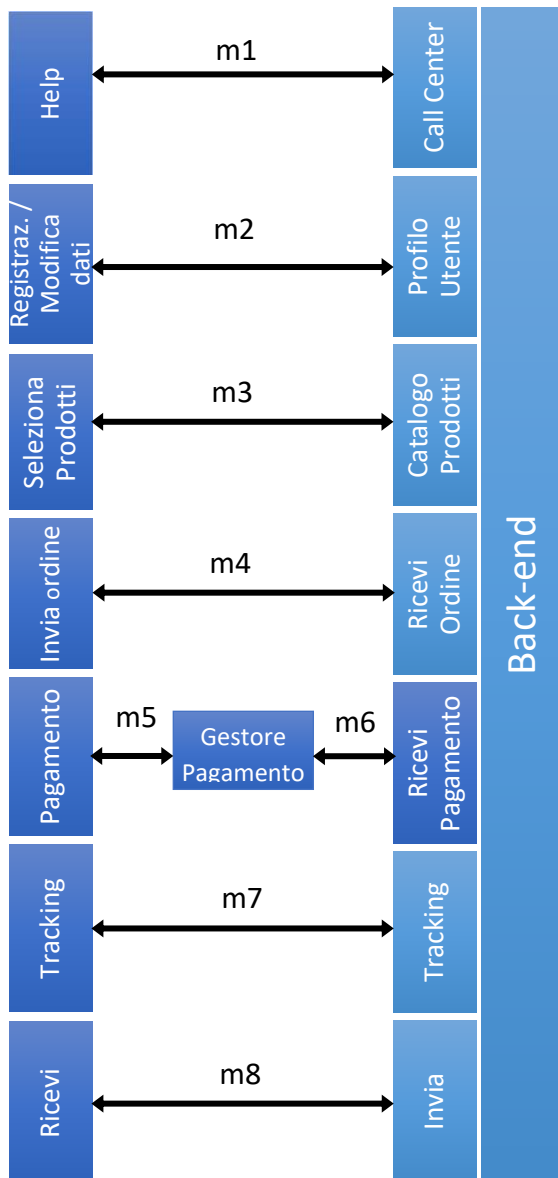
Struttura organizzativa, Livello 4





## 2.3 Architettura funzionale

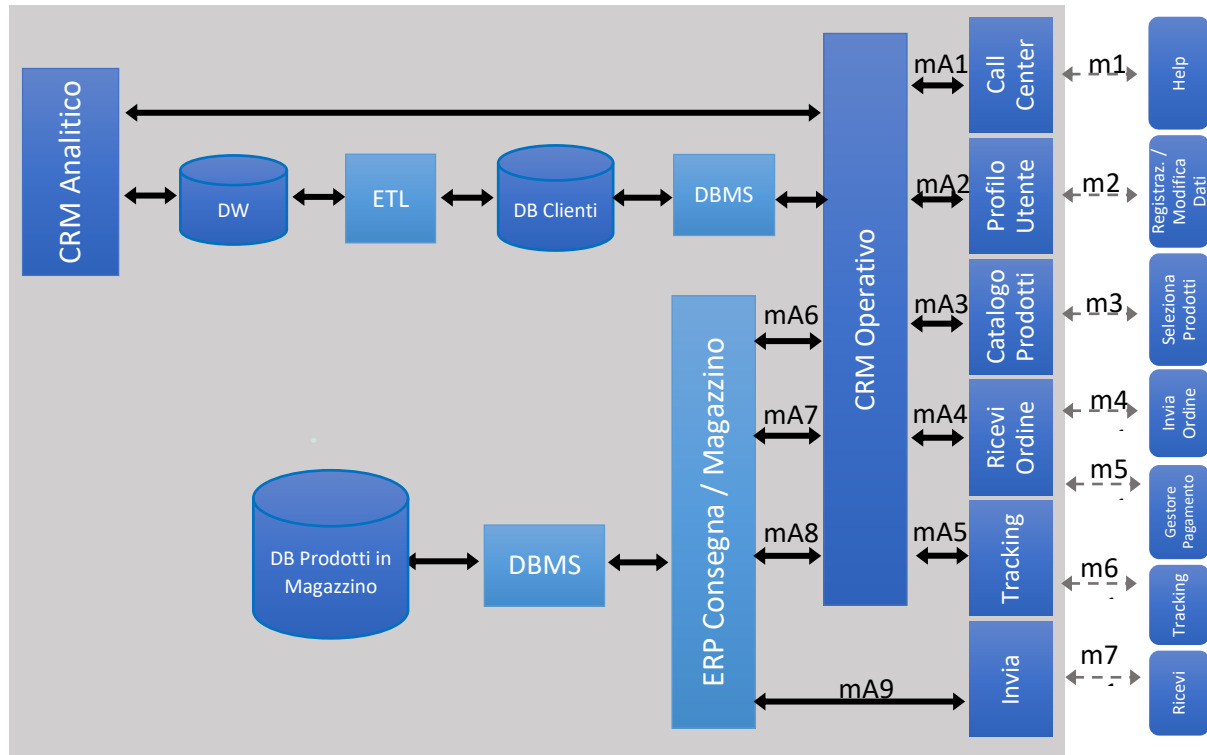
### Architettura market-level



### Messaggi:

m1	Richiesta di aiuto, Risposta da parte del Call Center
m2	Visualizza / Crea / Modifica Dati Profilo Utente
m3	Selezione di un prodotto, conferma della selezione
m4	Dettagli relativi all'ordine, invio conferma ricezione dell'ordine
m5	Invia Pagamento, Invia conferma ricevuto pagamento
m6	Invia Pagamento, Invia conferma del pagamento
m7	Dettagli relativi allo stato della spedizione
m8	Consegna spesa

## Architettura party-level

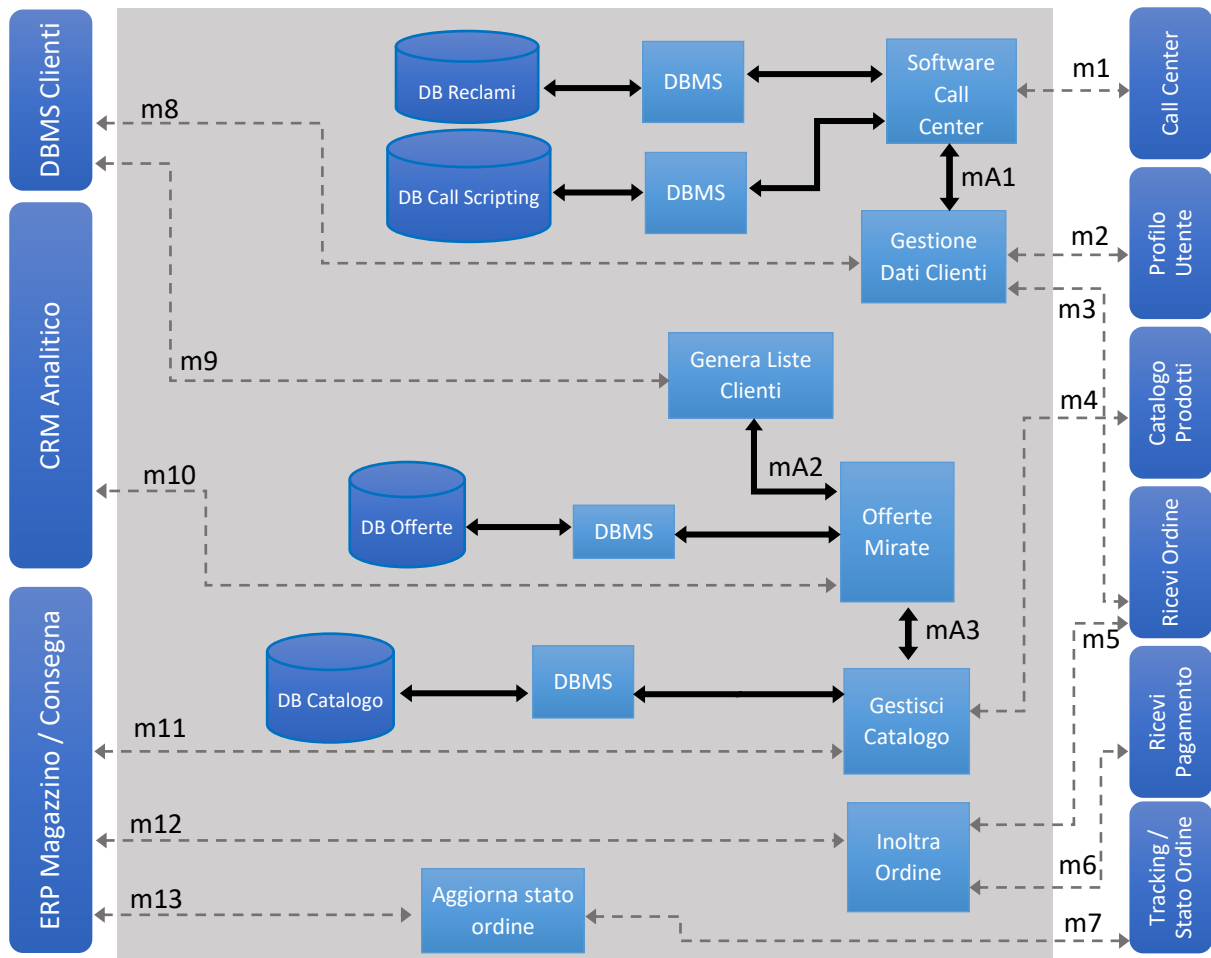


## Messaggi:

m1	Richiesta di aiuto, risposta da parte dell'call center
m2	Visualizza / Crea / Modifica Dati Profilo Utente
m3	Selezione di un prodotto, conferma della selezione, aggiorna catalogo
m4	Dettagli relativi all'ordine, invio conferma ricezione dell'ordine
m5	Invia Pagamento, Invia conferma ricevuto pagamento
m6	Aggiornamenti sullo stato dell'ordine
m7	Consegna spesa
mA1	Visualizza Call Scripting/ Storico Reclami, Modifica Dati Clienti
mA2	Visualizza / Crea / Modifica Dati Profilo Utente
mA3	Aggiorna catalogo prodotti, Pubblica Offerte sul Catalogo Prodotti
mA4	Invia dettagli dell'ordine
mA5	Aggiorna la piattaforma sullo stato dell'ordine
mA6	Aggiorna disponibilità catalogo
mA7	Inoltra dettagli dell'ordine al magazzino
mA8	Aggiornamenti sullo stato dell'ordine
mA9	Informa l'ERP sulla propria posizione



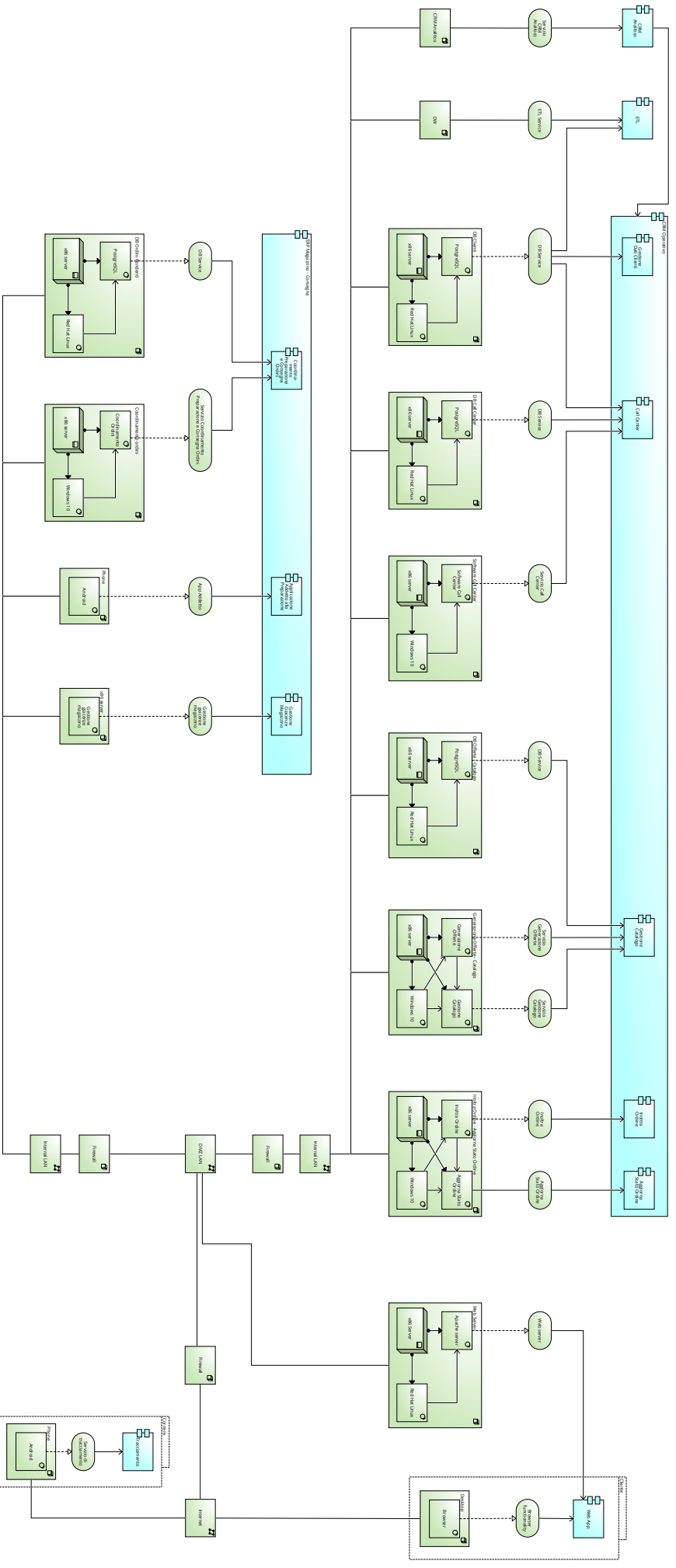
## 2.4 Architettura system-level – CRM Operativo



### Messaggi:

m1	Visualizza Call Scripting/ Storico Reclami, Modifica Dati Clienti
m2	Visualizza / Crea / Modifica Dati Profilo Utente
m3	Inserisci dettagli ordine nello storico movimenti del cliente
m4	Aggiorna catalogo prodotti, Pubblica Offerte sul Catalogo Prodotti
m5	Invia dettagli dell'ordine
m6	Conferma di ricevuto pagamento
m7	Aggiorna la piattaforma sullo stato dell'ordine
m8	Accedi ai dati del cliente
m9	Accedi ai dati dei clienti
m10	Invia dati analizzati dal CRM Analitico
m11	Aggiorna il catalogo secondo la disponibilità
m12	Inoltra i dettagli dell'ordine al magazzino
m13	Aggiornamenti sullo stato dell'ordine
mA1	Visualizza / Modifica Dati Profilo Utente
mA2	Invia liste clienti
mA3	Comunica le offerte alla gestione del catalogo

## 2.5 Archimate Soluzione 1



## Soluzione 2

### **2.1 Descrizione testuale**

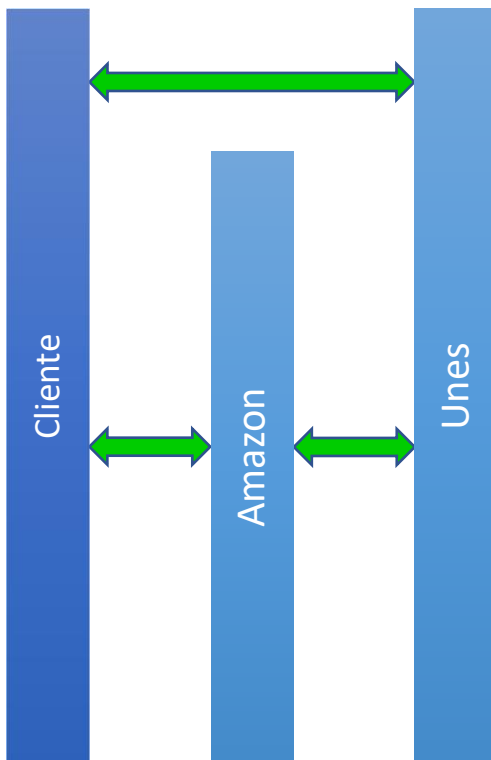
La seconda soluzione prevede di appoggiarsi alla società Amazon per quanto riguarda l'applicazione web, sviluppando comunque gli aspetti di preparazione e consegna degli ordini.

La scelta è motivata dall'ottima reputazione della società e dal suo grande bacino di utenti.

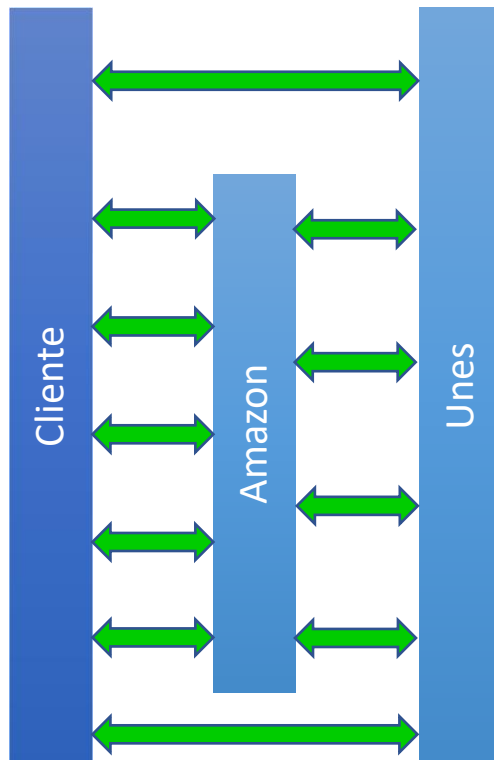
Il sito "Amazon.it" riserverà ad Unes una sezione dedicata in cui esporre il proprio catalogo, in cambio di una percentuale sui guadagni degli ordini. Questa opzione consente un significativo risparmio economico nella progettazione del sistema informativo.

### **2.2 Aspetto organizzativo**

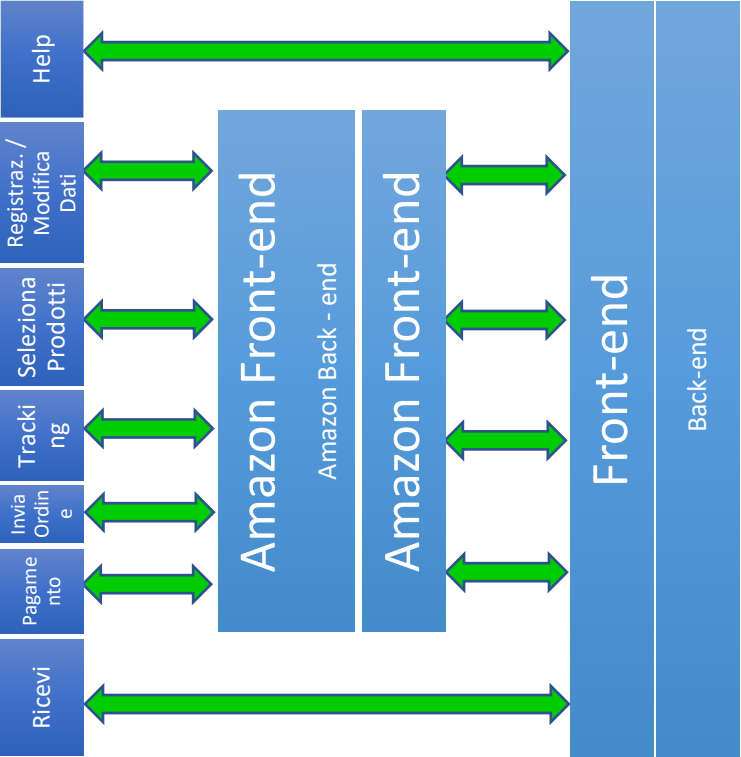
#### Struttura organizzativa, Livello 1



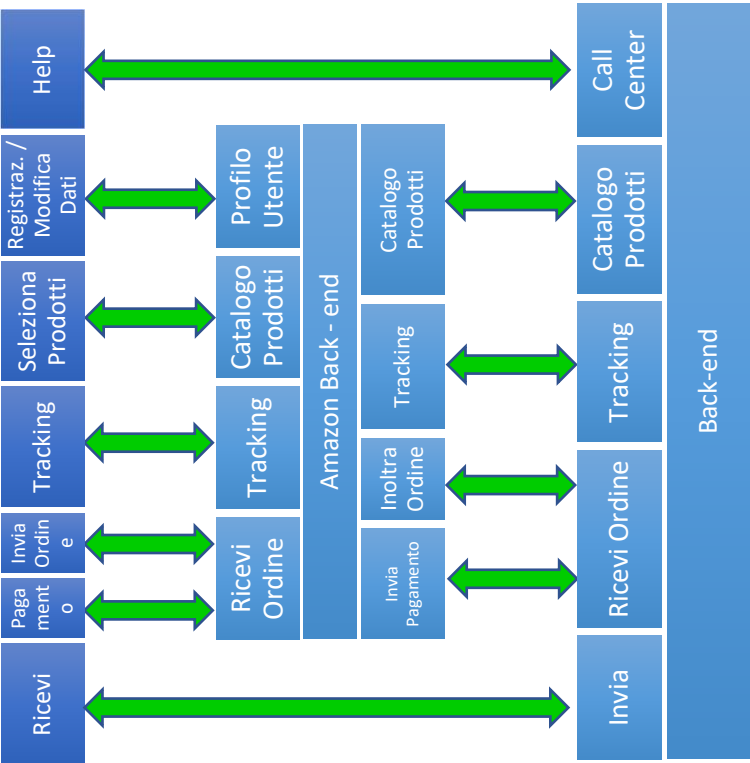
#### Struttura organizzativa, Livello 2



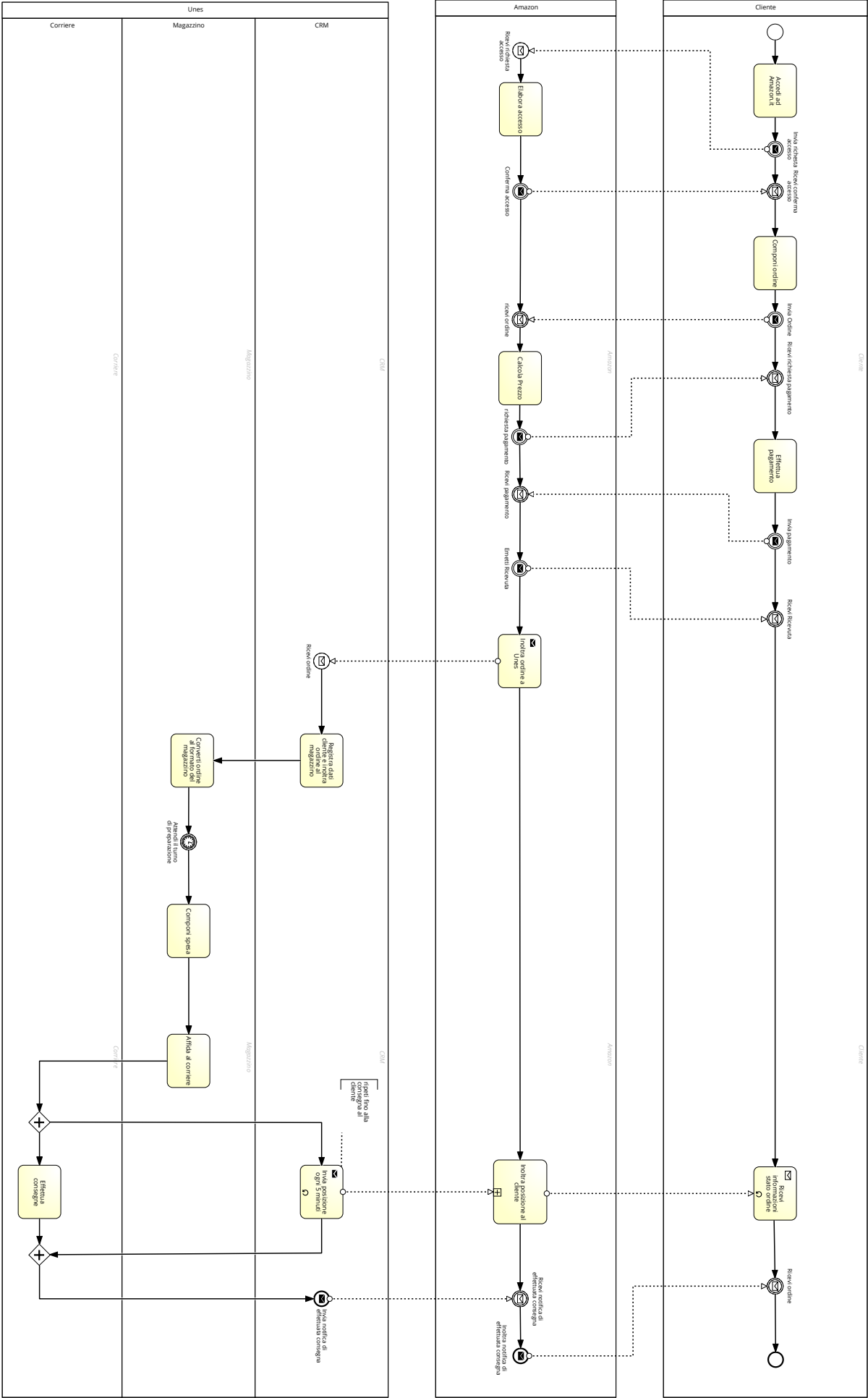
Struttura organizzativa, Livello 3



Struttura organizzativa, Livello 4

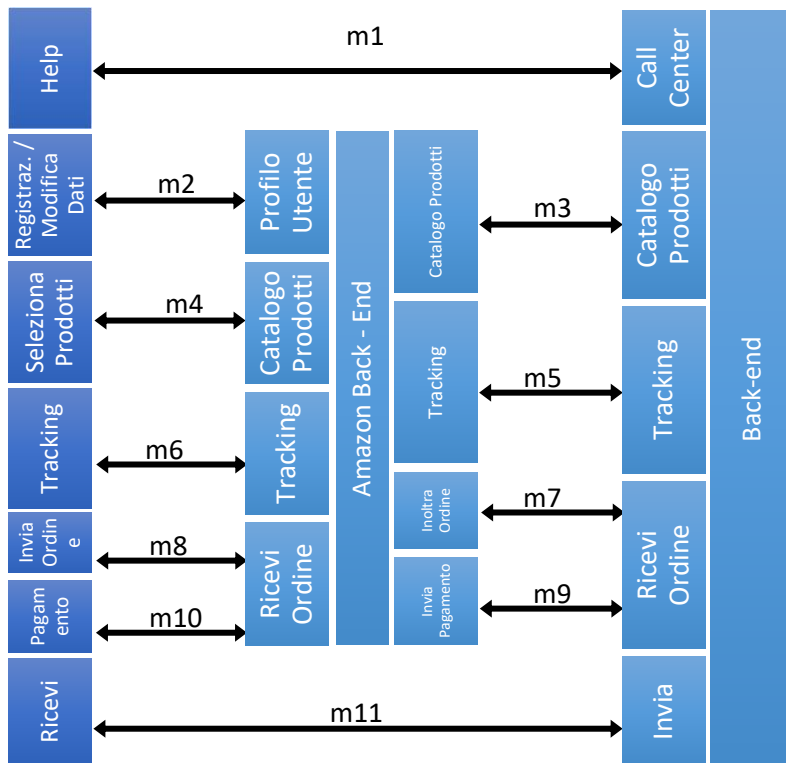


# BPMN Soluzione 2



## 2.3 Architettura funzionale

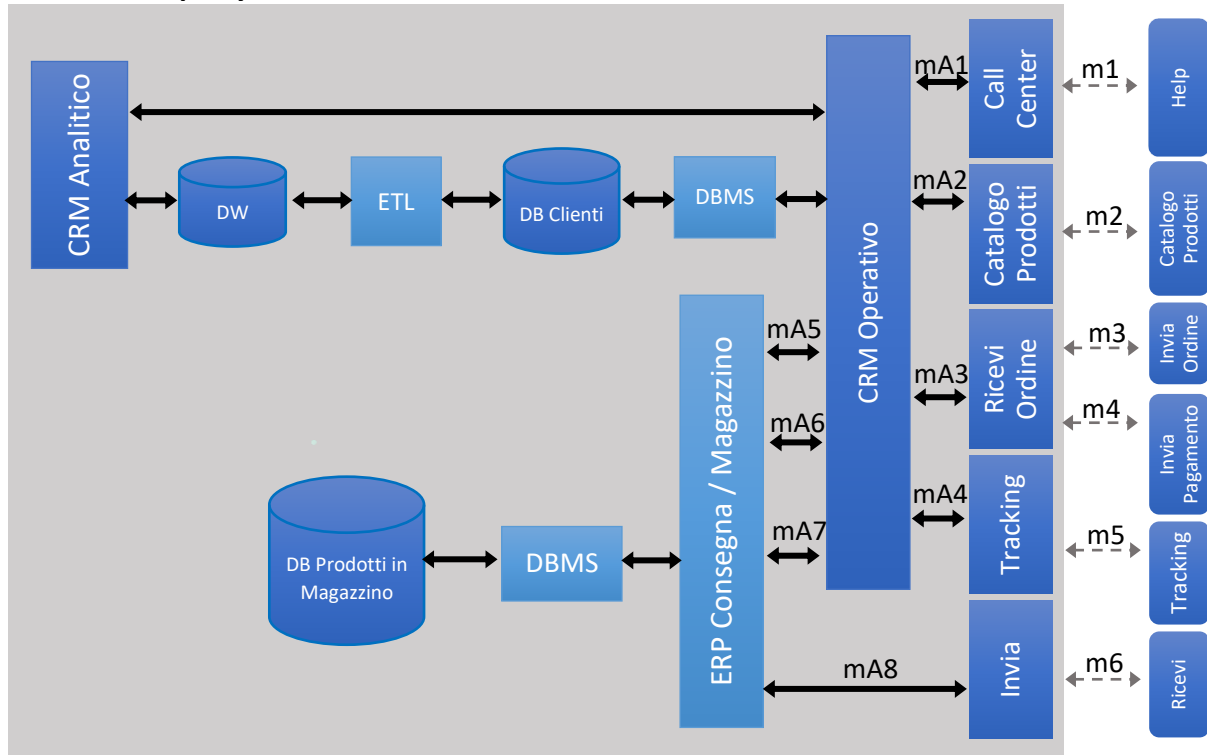
### Architettura market-level



### Messaggi:

m1	Richiesta di aiuto, Risposta da parte del Call Center
m2	Visualizza / Crea / Modifica Dati Profilo Utente
m3	Selezione di un prodotto, conferma della selezione
m4	Selezione di un prodotto, conferma della selezione
m5	Dettagli relativi allo stato della spedizione
m6	Dettagli relativi allo stato della spedizione
m7	Dettagli relativi all'ordine, invio conferma ricezione dell'ordine
m8	Dettagli relativi all'ordine, invio conferma ricezione dell'ordine
m9	Invia Pagamento, Invia conferma ricevuto pagamento
m10	Invia Pagamento, Invia conferma ricevuto pagamento
m11	Consegna spesa

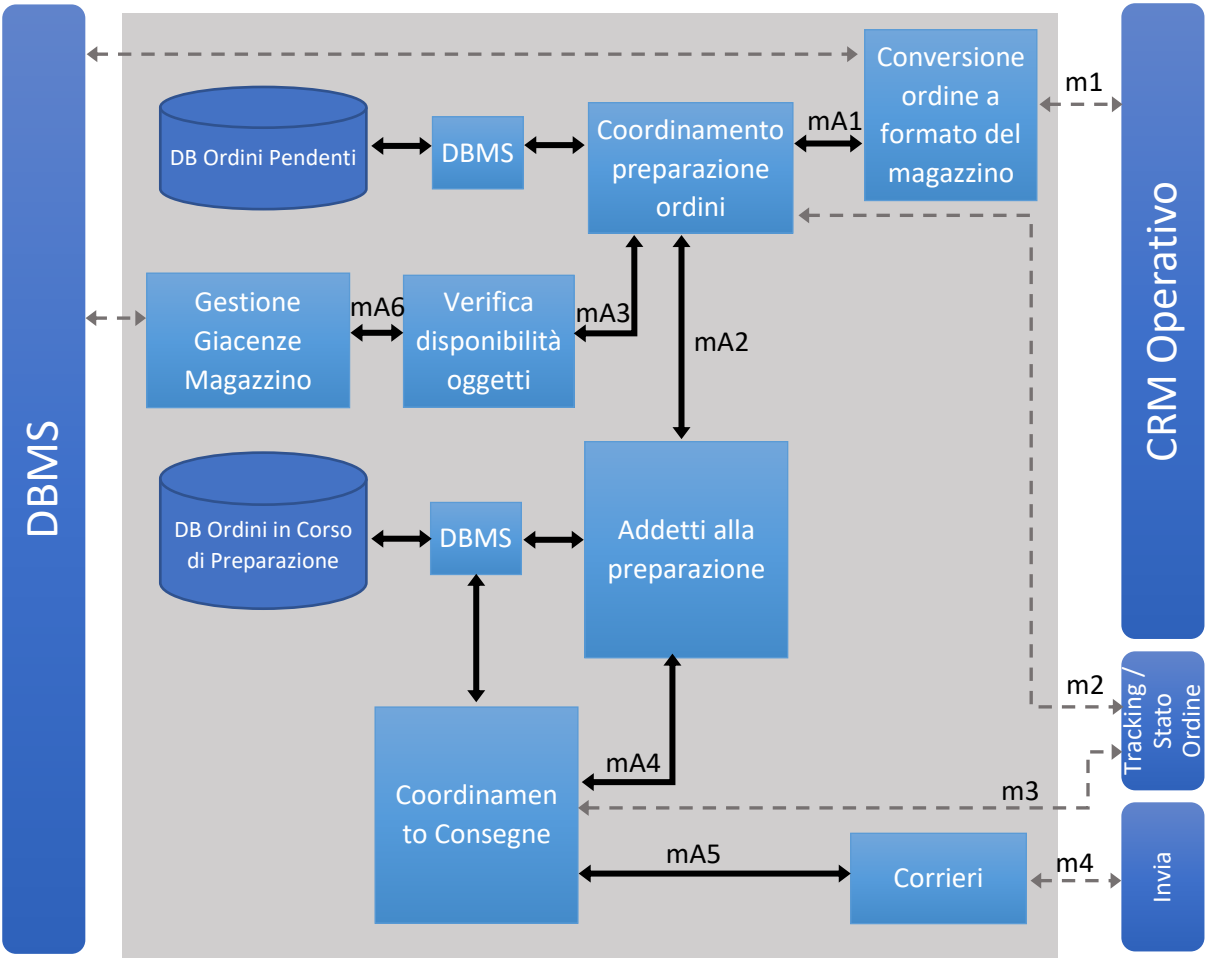
## Architettura party-level



## Messaggi:

m1	Richiesta di aiuto, risposta da parte dell'call center
m2	Selezione di un prodotto, conferma della selezione, aggiorna catalogo
m3	Dettagli relativi all'ordine, invio conferma ricezione dell'ordine
m4	Invia Pagamento, Invia conferma ricevuto pagamento
m5	Aggiornamenti sullo stato dell'ordine
m6	Consegna spesa
mA1	Visualizza Call Scripting/ Storico Reclami
mA2	Aggiorna catalogo prodotti, Pubblica Offerte sul Catalogo Prodotti
mA3	Invia dettagli dell'ordine
mA4	Aggiorna la piattaforma sullo stato dell'ordine
mA5	Aggiorna disponibilità catalogo
mA6	Inoltra dettagli dell'ordine al magazzino
mA7	Aggiornamenti sullo stato dell'ordine
mA8	Informa l'ERP sulla propria posizione

## 2.4 Architettura system-level – ERP Magazzino / Consegna

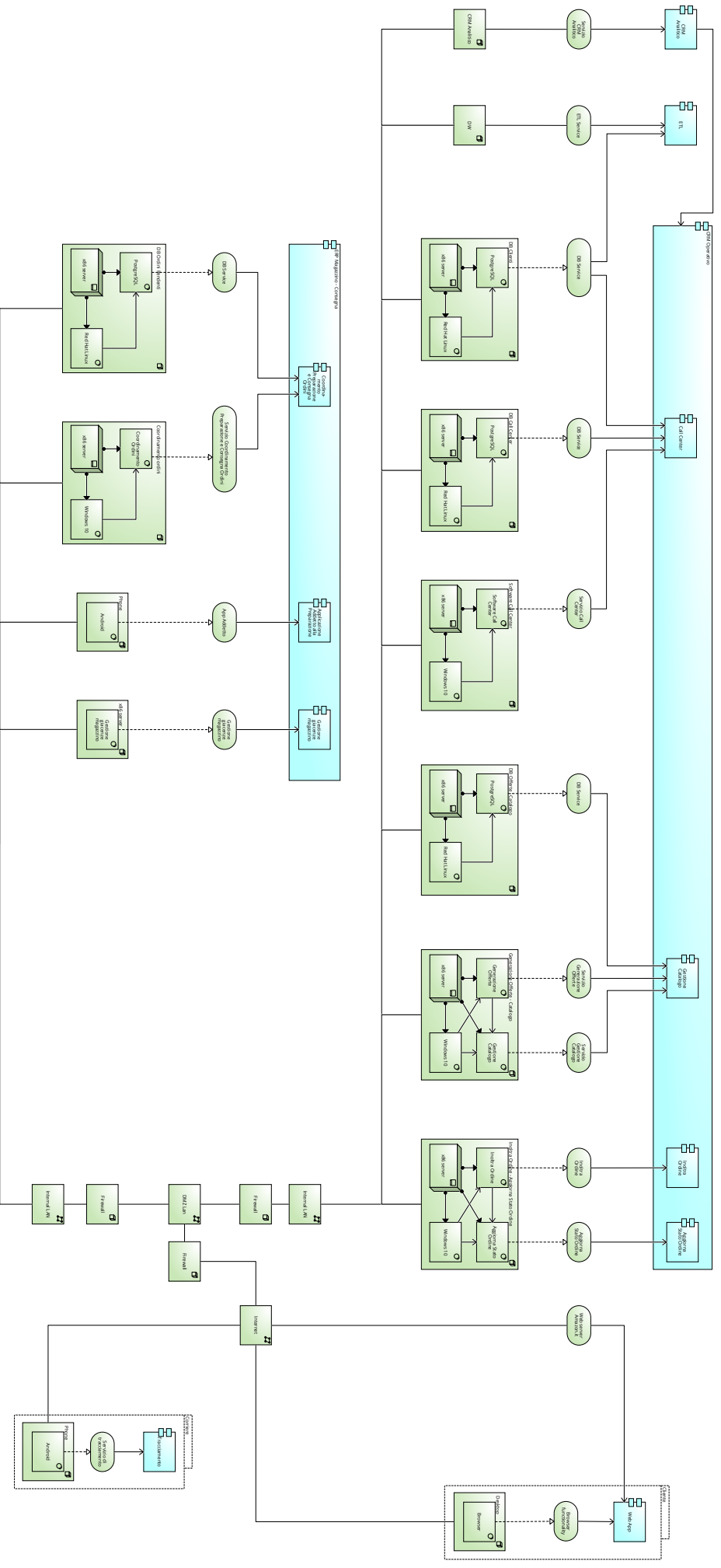


Messaggi:

m1	Invia dettagli dell'ordine
m2	Comunica eventuali articoli mancanti
m3	Consegna spesa
m4	Selezione di un prodotto, conferma della selezione
mA1	Dettagli dell'ordine convertiti al formato del magazzino
mA2	Lista degli articoli dell'ordine
mA3	Invia la quantità in magazzino degli oggetti degli ordini
mA4	Invia autorizzazione alla consegna
mA5	Comunica posizione attuale
mA6	Invia la quantità in magazzino degli oggetti degli ordini



## 2.5 Archimate Soluzione 2



### **3 Conclusione**

La differenza sostanziale tra le due soluzioni è che la prima prevede di progettare il proprio sito web, in modo da adattarlo alle esigenze dei propri clienti, mentre la seconda prevede di inserire il catalogo prodotti sul sito di Amazon.

Utilizzare il sito di Amazon ha il vantaggio di garantire all'azienda un enorme bacino di utenza e richiede un minor investimento economico iniziale, anche se prevede di pagare alla piattaforma una percentuale sui guadagni.

L'ottima vetrina che Amazon fornisce è però controbilanciata da una minore capacità per l'azienda di fidelizzare gli utenti e analizzare i loro comportamenti; il rischio è che i clienti associno la qualità del servizio più alla piattaforma che alla catena di supermercati.

Considerando entrambi i punti di forza, a nostro avviso conviene privilegiare la prima soluzione proposta in quanto, a lungo termine, non occorre pagare canoni alla società che fornisce il servizio e consente una maggiore fidelizzazione dei clienti.