



BinHexS

Piano di Marketing

2023
-
2024

INDICE

- **Background**
- **Analisi**
- **Obiettivi**
- **Attività strategiche**
- **Budget**
- **KPI e monitoraggio**

The background is a collage. It features a light grey surface with two halves of a pomegranate, one on the left and one on the right, showing their red seeds. A large, dark, semi-transparent shape, possibly a leaf or a stylized animal head, is in the upper center. A leopard print pattern is visible on the right side. A black rectangle with a white border is in the center, containing the word 'BACKGROUND' in white, bold, sans-serif capital letters.

BACKGROUND

A CHE PUNTO SIAMO?

AZIONE

**Market-driven
MGMT**

Orientamento
al mercato

**Marketing
Strategico**

Orientamento
al Cliente

**Marketing
Operativo**

Orientamento
alla vendita

**Marketing
Passivo**

Orientamento
al prodotto

CULTURA

+

ANALISI

+

AZIONE

ANALISI

+

AZIONE

Fase di analisi e strategia:

P1

Indagine
Probing

P2

Segmentazione
Partitioning

P3

Prioritizzazione
Prioritising

P4

Posizionamento
Positioning

il faro di tutte le attività
operative del MKTG

IL MARKETING NON È DEMOCRATICO



Fase operativa:

P5

Prodotto

Product

Cosa vendiamo?

P6

Punto Vendita

Placement

Tramite quali
canali vendiamo?

P7

Prezzo

Price

A che prezzo lo vendiamo?

P8

Promozione

Promotion

In che modo
riusciamo a vendere?



ANALISI

BinHexS

FATTURATO 2022 e anni passati
in relazione a

CLIENTI

COMPETITOR

DIPENDENTI

- In quale segmento si collocano i nostri Clienti?
- Quali servizi acquistano?
- Quali sono le tipologie di Clienti che generano più valore?
- Quali sono i nostri competitor e il loro valore sul mercato?
- I nostri prezzi sono competitivi e corretti?
- Qual è la produttività dei dipendenti BinHexS?
- Come si relaziona con i competitor?

AMBIENTE
ovvero

CLIENTI

- Quali sono i nostri punti di forza?
- Quali i punti di debolezza?
- Qual è la nostra reputazione esterna e interna all'azienda?
- Cosa dobbiamo valorizzare di più?

CHI SONO I NOSTRI CLIENTI?

Per capire se ci fosse un bacino di Clienti principale, abbiamo preso i dati sul fatturato del 2022 per Cliente e assegnato a ciascuno di essi un segmento, ovvero l'appartenenza per sfera di business, e una nicchia, per affinare ulteriormente l'analisi.

Abbiamo poi associato tali categorie ai dati sul fatturato e alla percentuale sul totale del 2022.

CLIENTE	SEGMENTO	NICCHIA
Acronis International GmbH	SERVIZI ALLE IMPRESE	SOFTWARE
ALBERFLEX SRL	INDUSTRIAL	COMPONENTI
ALIA S.R.L.	RETAIL	FASHION & LUXURY
ALS S.r.L.	SERVIZI ALLE IMPRESE	CONSULENZA
AMARCH DHS SRL	INDUSTRIAL	ENERGIA
ARNABOLDI GMBH	SERVIZI ALLE IMPRESE	DISTRIBUZIONE
ARNABOLDI SRL	SERVIZI ALLE IMPRESE	DISTRIBUZIONE
Arnaboldi srl Zweigniederlassung Austria	SERVIZI ALLE IMPRESE	DISTRIBUZIONE
AVENIR SYSTEMES / AD SOLUTION	SERVIZI ALLE IMPRESE	IT
Bally (Shanghai) Commercial Co. Ltd.	RETAIL	FASHION & LUXURY
BALLY AMERICAS INC.	RETAIL	FASHION & LUXURY
BALLY AUSTRALIA PTY. LTD.	RETAIL	FASHION & LUXURY
BALLY DEUTSCHLAND GMBH	RETAIL	FASHION & LUXURY
Bally France (Succursale)	RETAIL	FASHION & LUXURY

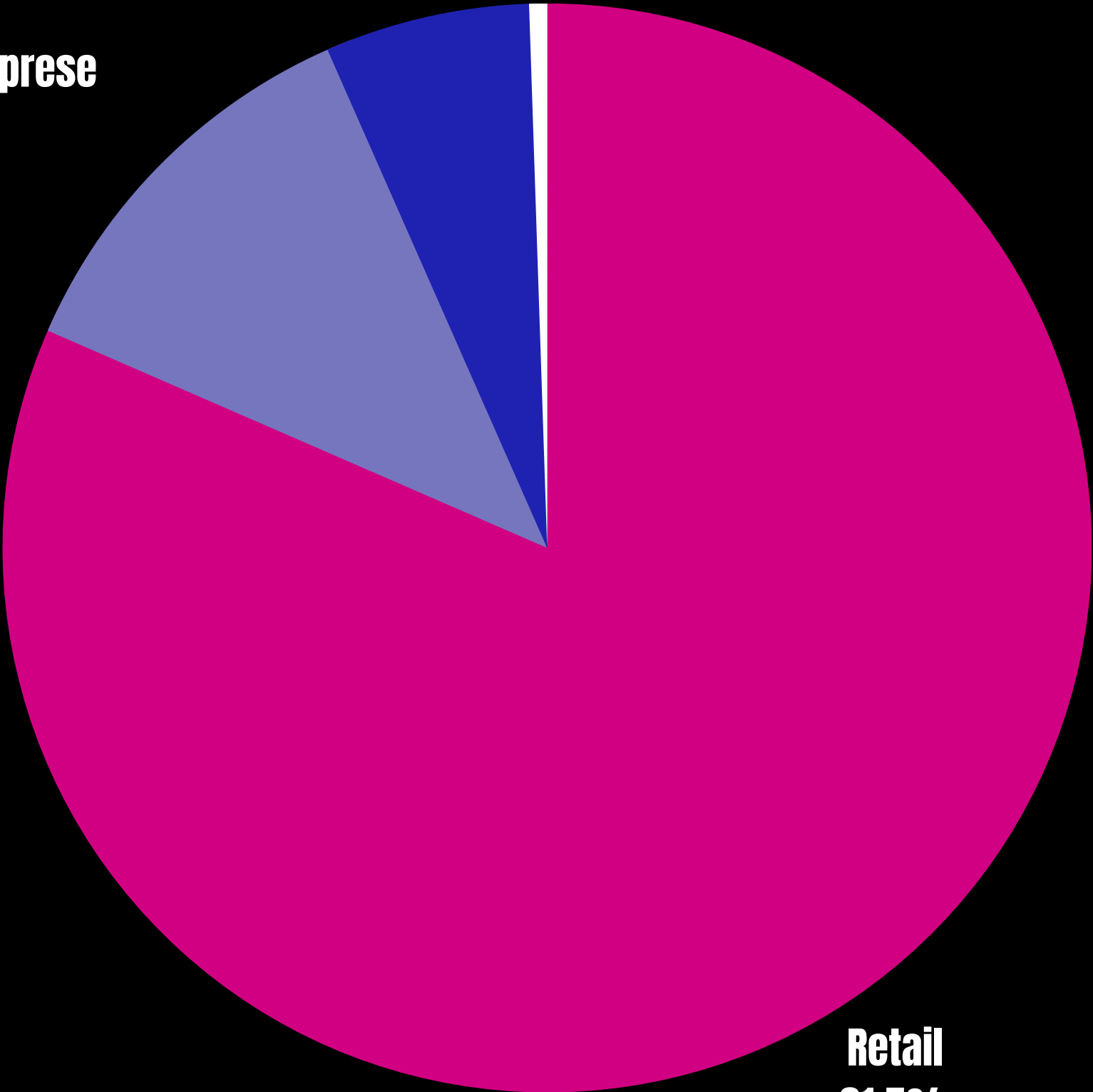


Su 6 segmenti individuati, l'81,5% di fatturato è dato da Clienti che operano nel mercato **Retail**

SEGMENTO	FATTURATO	NUMEROSITÀ CLIENTI
Retail	9.910.700,51 €	
Servizi alle Imprese	1.254.800,00 €	
Industrial	720.000,00 €	19
Media	10.000,00 €	
Immobiliare	200.000,00 €	
Servizi Sociali	100.000,00 €	1
	12.165.751,12 €	

Servizi alle Imprese

Industrial



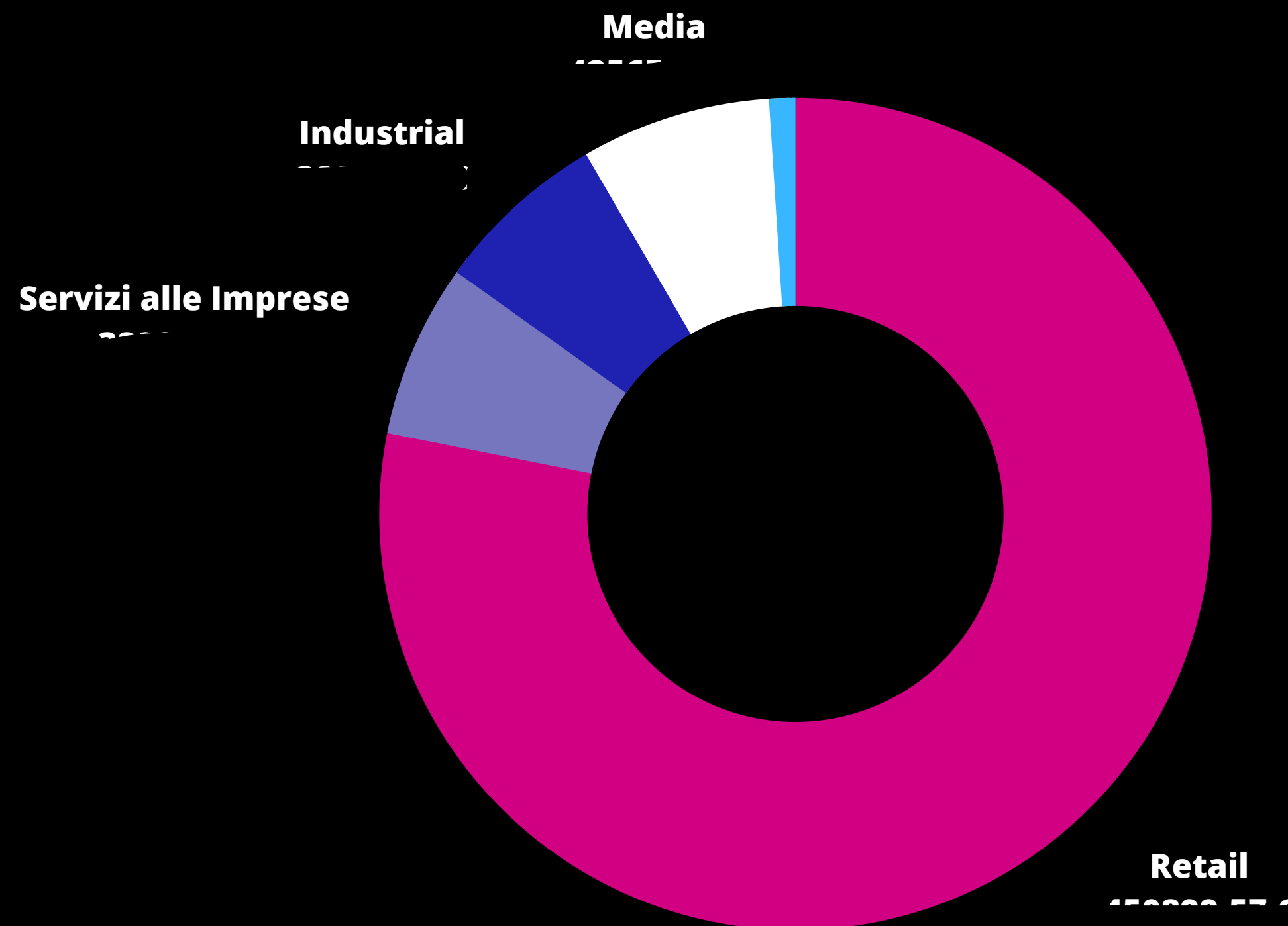
Retail
81.5%

come mostrato nella tabella precedente, nel segmento Retail ricadono **Cienti**, ciò significa che il fatturato medio per Cliente Retail è di

€ 10.000,00

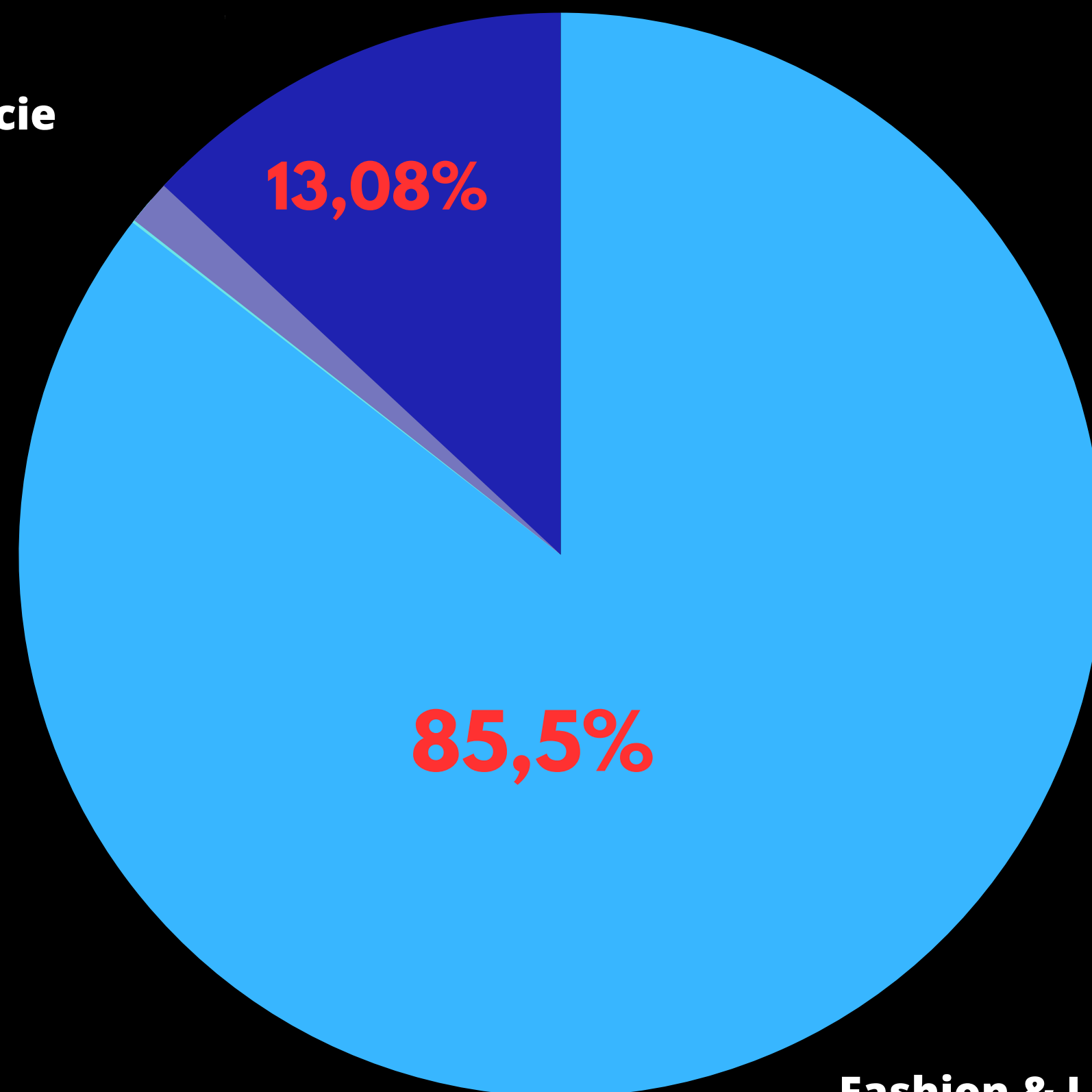
che acquista ancora più significato se rapportato a quello degli altri segmenti:

SIGNIFICA CHE UN SINGOLO CLIENTE RETAIL GENERA 10 VOLTE PIÙ VALORE DI UN CLIENTE DI QUALSIASI ALTRO SEGMENTO



Forniture elettriche

Farmacie



Fashion & Luxury

Nel segmento **Retail**, che conta € 1.100.000.000 di fatturato, abbiamo individuato 6 nicchie di mercato, ovvero:

- **Fashion & Luxury;**
- **Fashion;**
- **GDO;**
- **Farmacie;**
- **Forniture Elettriche;**
- **Servizi alla persona.**



CIÒ DENOTA UNA
SPECIALIZZAZIONE
DI BINHEXS IN UN SEGMENTO DI
MERCATO BEN DEFINITO:

AZIENDE RETAIL

IN PARTICOLARE NELLA NICCHIA FASHION & LUXURY

**QUESTO FA INOLTRE CAPIRE CHE I CLIENTI
APPARTENENTI A QUEL SEGMENTO HANNO UN**

POTERE DI SPESA

MOLTO PIÙ ELEVATO

 **ESSILORLUXOTTICA**



EMILIO PUCCI



GIORGIO ARMANI

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

Dior


CHANEL

 **K E R I N G**

VALENTINO

miu miu

coin

VERSACE



ELISABETTA FRANCHI

PERCASSI



BALENCIAGA



YVES SAINT LAURENT

ZARA
stradivarius
ZARA HOME
UTERQÛE

INDITEX

OYSHO
PULL&BEAR
Massimo Dutti
Bershka

DOLCE & GABBANA

BALLY


ETRO




BUCCELLATI
MILANO DAL 1919

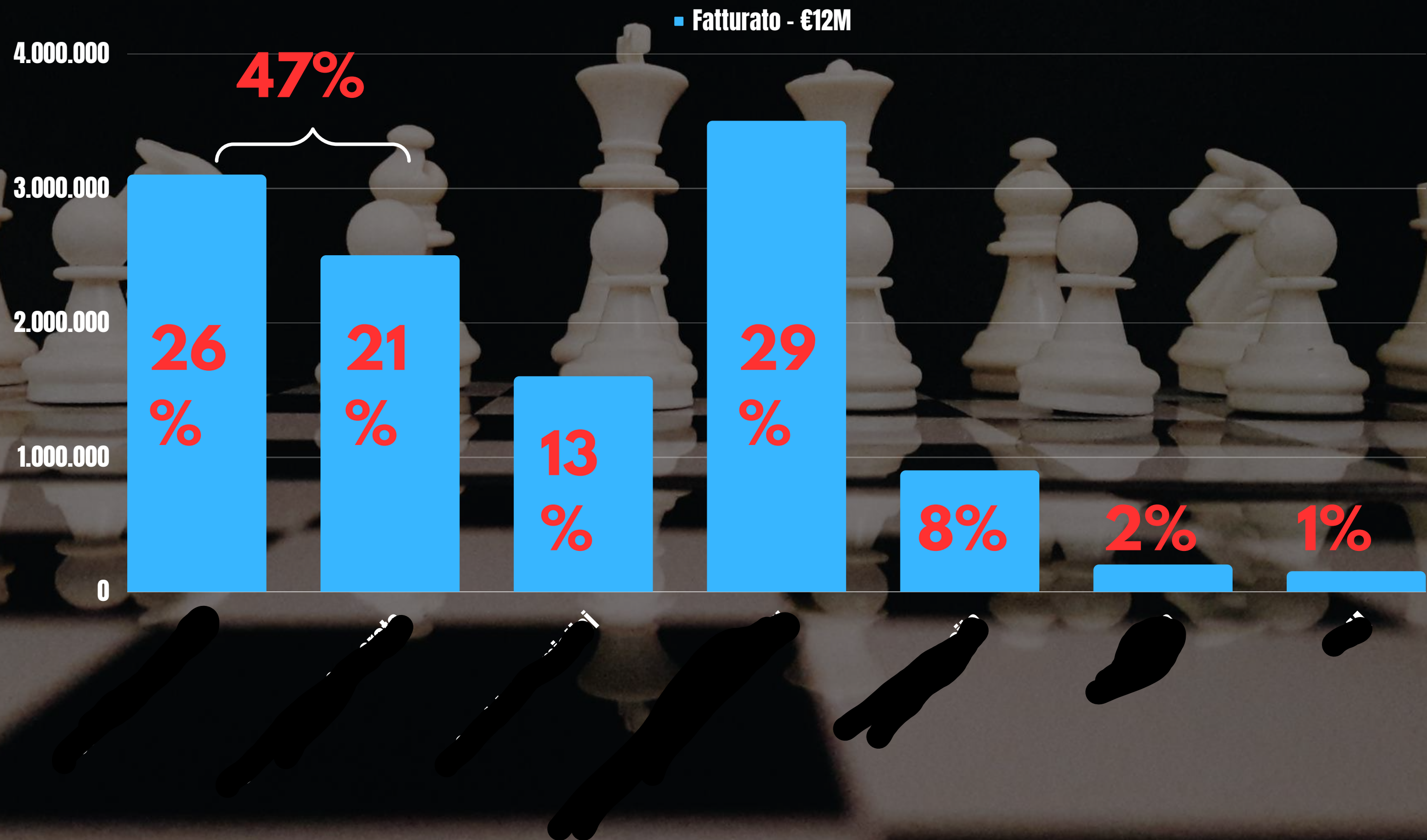
CALZEDONIA

OTB

BOTTEGA VENETA

Eccetera...

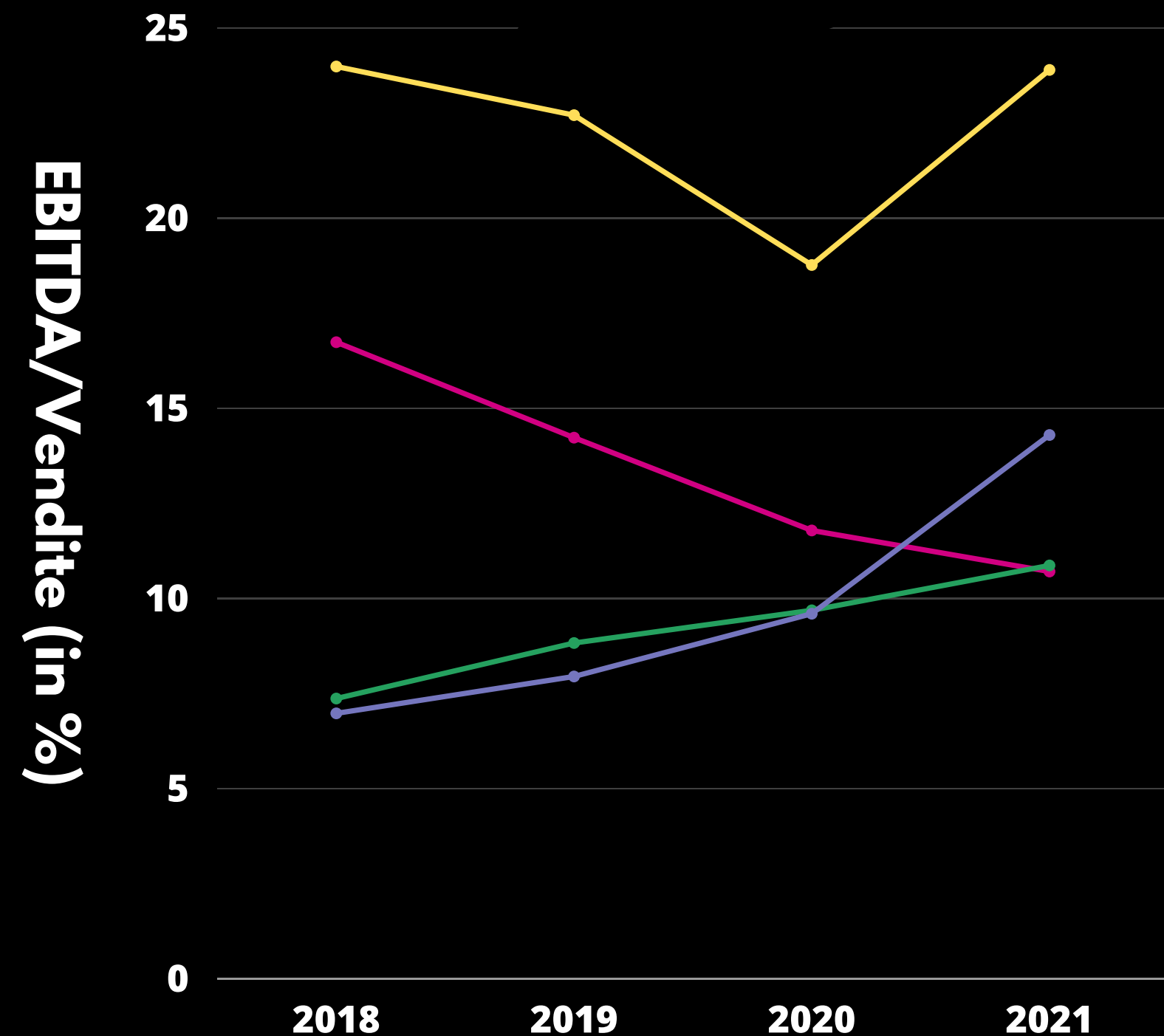
QUALI SERVIZI ACQUISTANO?



COME SI RELAZIONA BHS CON I COMPETITOR?

Abbiamo inoltre analizzato l'andamento EBITDA in relazione alle vendite dagli anni 2018 al 2021 e lo abbiamo messo a confronto con quello di alcuni competitor.

Il grafico mostra come



PRIORITIZZAZIONE



SEGMENTO


RETAIL

FASHION & LUXURY

QUAL È LA PERCEZIONE SU BINHEXS?

3 domande:

- quali sono i processi decisionali e i parametri che hanno portato l'azienda a scegliere o confermare BinHexS come fornitore?
- quali sono i maggiori pregi e punti di forza di BinHexS?
- quali sono le debolezze di BinHexS o eventuali aspetti da migliorare?



1. Flessibilità
2. Capacità di relazione
3. Skills tecniche
4. Seniority
5. Prezzo !

1. Catalogo Servizi
2. Strutturazione
3. Visione di progetto





NECESSITÀ
=
OBIETTIVI



A

Diventare leader nel segmento di mercato che ci porta maggiore fatturato: le aziende Fashion & Luxury



come?

**SPINGENDO SULLA COMUNICAZIONE,
CREANDO DEI BRAND E DEI SERVIZI DEDICATI
CHE CI DIFFERENZINO DALLA CONCORRENZA**



B

**Dare evidenza al Cliente di
tutti i nostri servizi in modo
semplice, modulare e
organizzato (cross-selling)**



come?

**ATTRAVERSO MATERIALI INFORMATIVI COME
BROCHURE, SITO WEB E CASE STUDY**



C

Migliorare la comunicazione interna e la cultura aziendale



come?

CREANDO DELLE **LINEE GUIDA** PER IL PERSONALE,
INGAGGIANDO LO STAFF IN ATTIVITÀ DI **TEAM**
BUILDING E PROGETTI "EXTRA-MANSIONE"

**L'OBIETTIVO FINALE DI QUESTE
AZIONI DI MARKETING È
L'INCREMENTO DI**



FATTURATO

PRODUTTIVITÀ

The background is a collage. On the left and bottom, there are two halves of a pomegranate, showing the red seeds and white membrane. On the right, there is a leopard print pattern. In the top center, there is a dark, abstract shape that looks like a stylized leaf or a piece of fabric. A black rectangular box with a white border is centered over the image, containing the text.

LE ATTIVITÀ STRATEGICHE

BinHexS
WEBSITE



BinHexS
LOGO, TOV &
VISUAL DESIGN



**Comunicazione e immagine
del brand BinHexS in linea
con i Clienti high-end,
diventa**

**SMART
CLEAR
FASHIONABLE**

3EIN

EXCES

YOUR **IT** REVOLUTION

3- RETAIL

SCOPRI DI PIÙ

B- CORPORATE

SCOPRI DI PIÙ



R. SPOC

SCOPRI DI PIÙ

B- SYSTEM

SCOPRI DI PIÙ

DEVICE MGMT HUB

SCOPRI DI PIÙ

BHS



ACADEMY

SCOPRI DI PIÙ

SERVIZI



RETAIL

I pacchetti di servizi IT dedicati ai punti vendita



SYSTEM

I servizi sistemistici dal design della rete alla maintenance, passando per la gestione dei dati



CORPORATE

I servizi IT per le sedi aziendali con uno strong focus sull'assistenza on-site



ACADEMY

La digital, smart & interactive platform per la formazione del personale



SPOC

Single Point of Contact cucit sulle esigenze di supporto aziendale

DEVICE MGMT HUB

L'hub tecnologico dove curiamo HW e SW dal pre-sale allo staging allo stockaggio e refurbishment

CASE STUDY

GLOBAL HW ROLLOUT PROJECT



**FASHION &
LUXURY**

Turning the pandemic
into a critical resource for PM

[Read](#)

DATA CENTER



BINHEXS

BinHexS acquires new
to sustain its Clients' n

[Read](#)



← **BACK**

NEXT →

CASE STUDY

SOLUZIONI RT INTELLIGENTI PER IL RETAIL



Down Agenzia delle Entrate per guasto ai server Sogei

BACKGROUND

Dal 2019 la legge italiana impone che tutti gli scontrini fiscali emessi dai negozi vengano inviati digitalmente all'Agenzia delle Entrate (AdE), e ogni registratore di cassa (RT) presente in un punto vendita ha un arco temporale preciso per trasmettere tutti i corrispettivi emessi in una giornata....



WORLDWIDE

**La nostra capillarità globale come elemento
differenziante rispetto ai competitor**



Servizi e prodotti

PREMIUM

- App e tool personalizzati per il SD e la gestione del ticketing
- Pacchetti di servizi "basic to premium"
- Integrazione IA nei servizi

ad esempio...

Backlog

 | % Handled Tickets: 99.68% | GOAL: 85%

First Response

Median Response Time
1.37
Goal 3

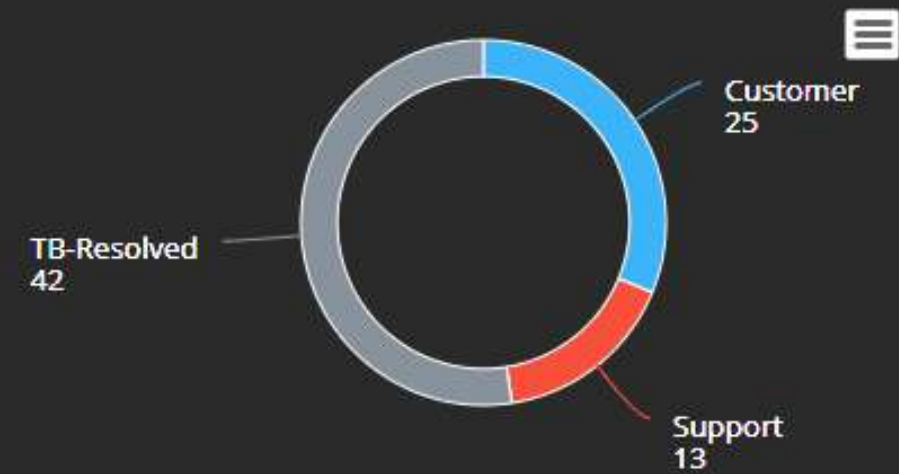
Time to Resolve

Median TTR
4.71
Goal 4

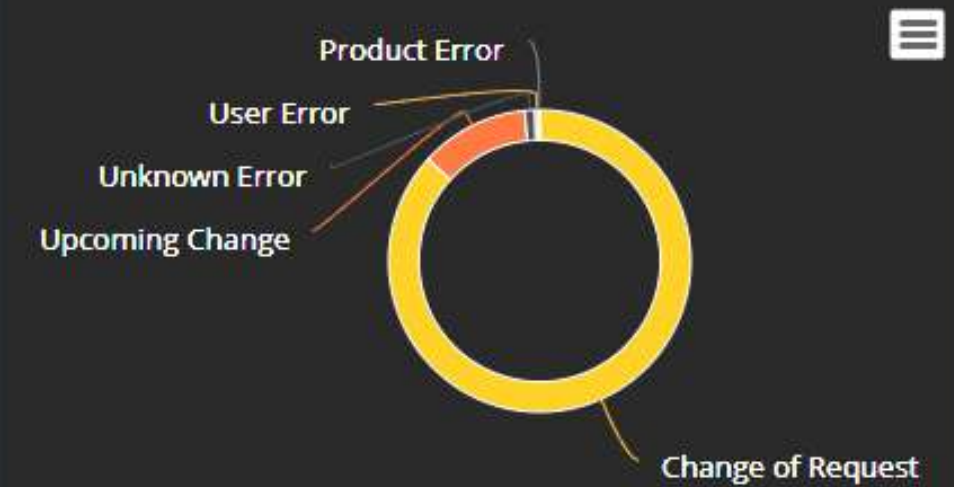
New Tickets

Tickets
747
Growth from past Q... 34.6%

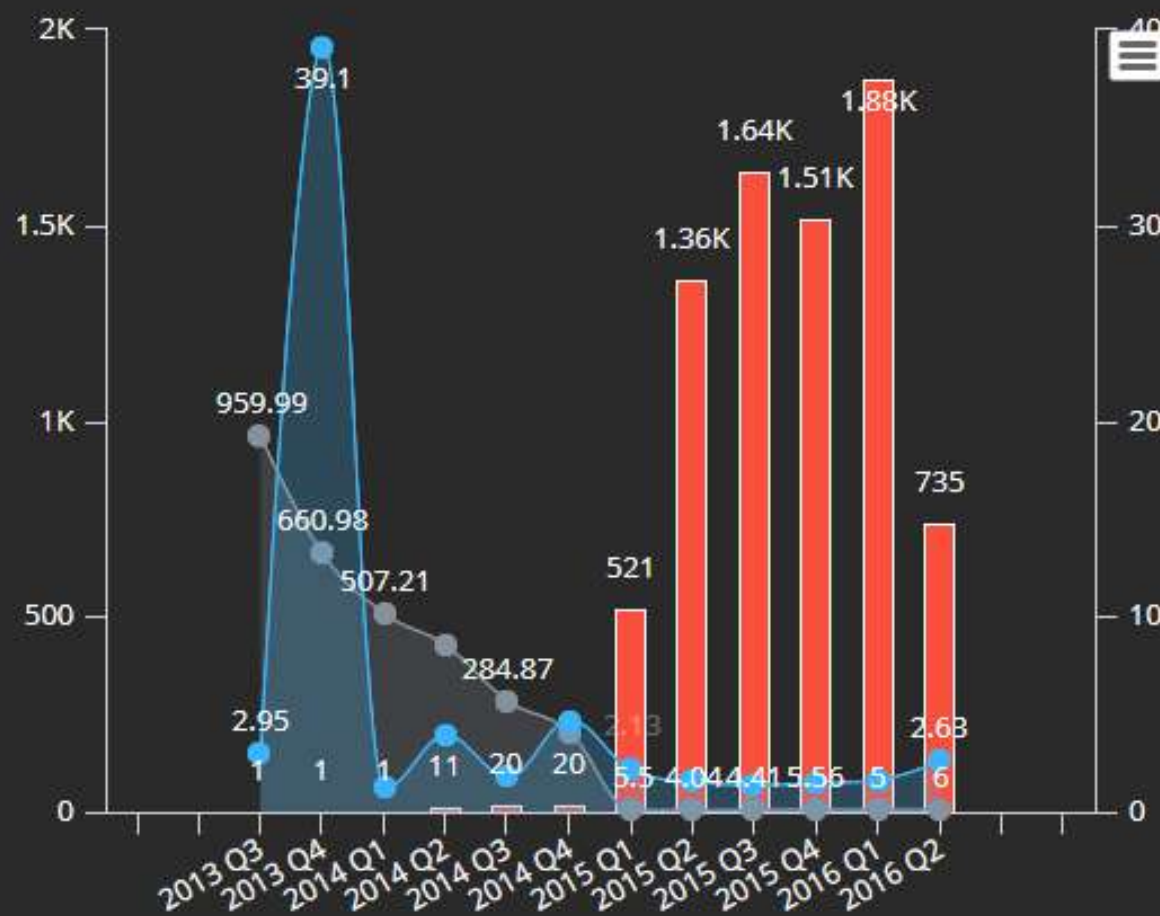
Current Open Tickets per Status



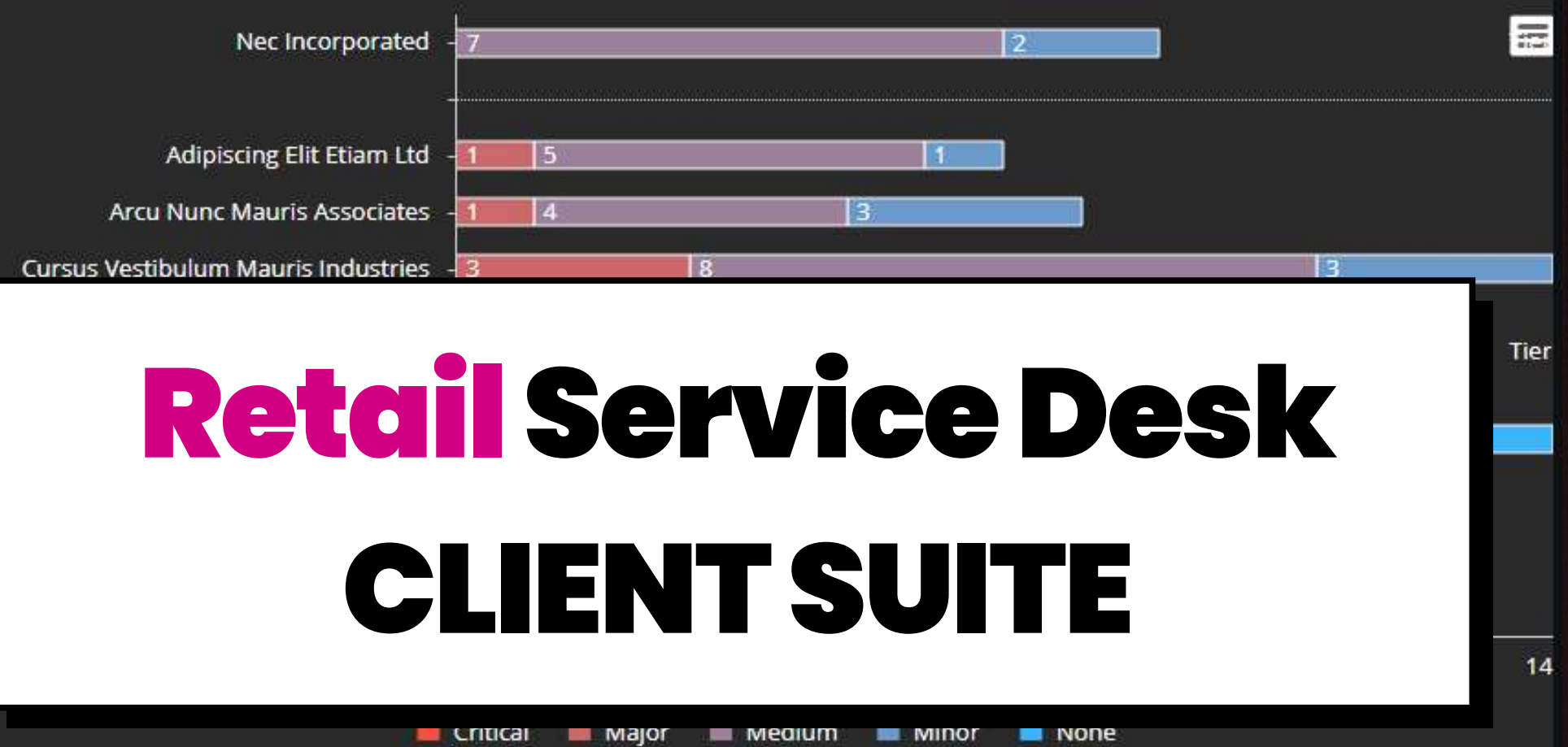
Created Tickets by Nature



Support KPIs over Time



"NOISY CUSTOMERS" - Top 10 Accounts By #Tickets in last 30 days



Retail Service Desk CLIENT SUITE

Corporate Service Desk Options

BASIC

- Dedicated Help Desk Phone Line and Mail
- Basic assistance on 0 and I level issues
- 24/7 assistance worldwide

GET INFO

PRET-A-PORTER

- Dedicated Team
- Dedicated Help Desk Phone Line and Mail
- Basic assistance on 0 and I level issues
- 24/7 assistance worldwide
- On-site intervention included
- SPOC service
-

GET INFO

LUXURY

- Dedicated Team
- Dedicated Help Desk Phone Line and Mail
- Basic assistance on 0 and I level issues
- 24/7 assistance worldwide
- On-site intervention included
- SPOC service
- Dedicated Mobile + Desktop App for Ticketing and Reports

GET INFO

BinHexS
PEOPLE

LINEE GUIDA



**I dipendenti sono i primi
Clienti dell'azienda!
Dipendenti felici
= Clienti felici
= l'azienda cresce**

Redigere un **VADEMECUM**

che sarà uno strumento per diffondere e trasmettere a tutti i collaboratori i valori essenziali in cui l'azienda e le sue persone si identificano, delle regole fondamentali per BHS e la sua reputazione, dalle regole etiche a "banali" regole di dress code da utilizzare presso il Cliente.

BinHexS
PEOPLE

TEAM BUILDING E HR

- Team Building e attività ricreative;
- Progetti utili all'azienda ma non correlati al proprio ruolo in BHS, ad esempio lanciare delle challenge di gruppo per promuovere la creazione di nuovi prodotti e servizi da vendere poi ai Clienti;
- Sessioni periodiche con HR per verificare il benessere psico-fisico del Dipendente.





BUDGET

BUDGET 2022

senza iniziative strategiche e approssimativo
in base a quanto speso tra marketing e
attività interne, comprende:

- Eventi e gadget (incluso NRF)
- Cena aziendale e iniziative simili interne
- Regali di Natale Clienti e Dipendenti
- Costo agenzie Valuelead e CommunicAnimation
- Tool di marketing come Canva, Sendinblue e LinkedIn

ca. € 150.000

EXPECTED BGT 2023-24

Considerando le attività strategiche delineate, che non coinvolgono solo il marketing, ovvero:

- Riallineamento comunicazione tramite nuovi materiali come Catalogo, sito web
- Eventi, gadget
- Attività di PR e costruzione della reputazione sui media
- Costi agenzia
- Tool di Marketing e Sales e R&D
- Attività miste con HR
- Ampliamento Team Marketing

considerando inoltre che le aziende in media spendono in marketing dal 5% al 20% del loro fatturato...

7-8% del fatturato previsto per il 2023 e 2024

The background is a collage. At the top, a pair of black sunglasses with a light-colored frame is visible. Below them, a leopard print pattern in black and white covers the right side. On the left, there are two halves of a pomegranate, showing the red seeds and white membrane. A black rectangular box with a white border is centered over the image, containing the text 'KPI E MONITORAGGIO' in white, bold, sans-serif capital letters.

KPI E MONITORAGGIO

- **Intervistare i Clienti ponendogli domande specifiche sulla percezione che hanno avuto della nostra attività di rebranding e sulla qualità del servizio, per capire se c'è stato un cambiamento, e se positivo o negativo.**
- **Verificare se c'è stato un aumento di Clienti del segmento Fashion & Luxury.**
- **Verificare da quali canali arrivano i nuovi Clienti e nuovi lead (eventi e fiere, sito web, ecc.)**

VALUTAZIONE EFFICACIA ATTIVITÀ TRA 12 MESI

ATTRAVERSO

3

INDICATORI O METRICHE:



GRAZIE!