

Gruppo Esprinet: online il nuovo sito progettato per facilitare l'esperienza di navigazione dei diversi stakeholder

Clienti, fornitori, utilizzatori, investitori, comunità sul territorio e nuovi talenti possono navigare in maniera più fluida ed immediata grazie a un'architettura delle informazioni e una veste grafica completamente rinnovate

Vimercate, 20 aprile 2021- [Esprinet](#), leader nel Sud Europa nella distribuzione di IT, Consumer Electronics e Advanced Solutions, presenta il suo nuovo sito completamente ridisegnato nella grafica e nella struttura, per favorire l'esperienza di navigazione dei suoi diversi stakeholder. Attraverso il nuovo [Esprinet.com](#), il Gruppo punta a rafforzare la propria Brand Awareness e a migliorare la comunicazione con tutti i suoi target di riferimento.

Realizzato, oltre che in inglese, anche in lingua spagnola e portoghese per essere condiviso in tutte le country in cui il Gruppo opera, presenta un'organizzazione delle sezioni e dei contenuti volta a far convivere la dimensione istituzionale con l'anima commerciale del distributore, diventando uno strumento non solo di comunicazione ma anche di generazione di business.

Il sito presenta infatti un'area dedicata alle informazioni sul Gruppo - con pagine specifiche per la Sostenibilità, la Governance, gli Investitori, Media e possibili nuovi Talenti - e delle sezioni Commerciali e Marketing, che seguono una strategia di arricchimento di contenuti rivolti a Clienti e Fornitori, con panoramiche sui diversi gruppi merceologici, approfondimenti sui Brand e Servizi a portafoglio. Con questa struttura, Esprinet rinnova il proprio approccio di apertura e relazione con il mercato, con l'obiettivo di facilitare la relazione con prospect, clienti e fornitori.

L'approccio utilizzato per la costruzione del portale - sviluppato in collaborazione con [Boraso](#), la realtà di riferimento in Italia nel Conversion Marketing, che integra Marketing, Tech e Formazione Digitale - ha visto una prima importante fase di analisi delle Personas, ovvero dei modelli avanzati che descrivono i diversi Target con particolare focus sui potenziali Clienti, volti ad evidenziarne i bisogni e i desideri, oltre alle interazioni, dirette e indirette, visibili e invisibili, che hanno con Esprinet. Questo studio ha guidato la realizzazione dell'architettura delle informazioni e del menu di navigazione, per permettere ai diversi Target di trovare sul sito tutte le informazioni di cui hanno bisogno attraverso un'esperienza più fluida e immediata. In quest'ottica, gioca un ruolo fondamentale la nuova veste grafica, realizzata con l'obiettivo di affermare una Visual Identity unica e distintiva, coerente con i nuovi contenuti.

La nuova piattaforma web diventa quindi un importante canale di comunicazione ed interazione tra Esprinet e i suoi stakeholder, un touchpoint che accoglierà nuove forme di approfondimenti utili al raggiungimento degli obiettivi del Gruppo. Elemento distintivo è la completezza e chiarezza dei contenuti, volti a far emergere i punti di forza dell'offerta, oltre alla strategia e i valori aziendali.

Alessandro Cattani, Amministratore Delegato del Gruppo Esprinet: "Il nuovo sito Esprinet rappresenta una delle tappe del percorso di trasformazione iniziato con il rinnovamento della nostra Corporate Identity e che vede nel nostro payoff "Enabling your tech experience" l'espressione di ciò che vogliamo comunicare attraverso le sue pagine: il nostro ruolo di abilitatore e punto di riferimento tra le community di produttori, rivenditori e utilizzatori di tecnologia. E' stato un progetto ambizioso, frutto del lavoro di un team interfunzionale e cross-country, che ha lavorato in questi mesi alla realizzazione di un portale che non solo rappresenta una vetrina completa e in costante aggiornamento di tutti i nostri mondi, ma uno strumento strategico anche per il nostro business".

Massimo Boraso, CEO & Founder di Boraso: "Abbiamo accettato la sfida lanciataci dal Team Esprinet con entusiasmo e propositività, questo approccio ci ha condotto alla co-progettazione del nuovo sito corporate di Esprinet, soprattutto grazie a una perfetta sintonia instauratasi tra i due Team di lavoro. Partendo dalla definizione degli obiettivi e di una chiara strategia di Conversion Marketing, abbiamo realizzato un sito, moderno e performante in grado di soddisfare le esigenze dei molteplici target di riferimento. Il tutto in ottica multilingua, vista la natura internazionale del Brand. Il Lancio del nuovo esprinet.com non è che il primo passo verso il consolidamento di una partnership sempre più forte tra Boraso e Esprinet, indirizzata all'ottimizzazione costante delle conversioni."

Esprinet (PRT:IM – ISIN IT0003850929), con circa 1.600 collaboratori e 4,5 miliardi di euro di fatturato nel 2020, è leader nel sud Europa (Italia, Spagna e Portogallo) nella distribuzione di Information Technology e Consumer Electronics a reseller IT, VAR, System Integrator, negozi specializzati, retailer e portali di e-commerce, nonché il quarto distributore più grande in Europa e tra i primi 10 a livello mondiale. La Vision del Gruppo è quella di semplificare la vita a persone e organizzazioni, ampliando e facilitando la distribuzione e la fruizione della tecnologia. *Enabling your tech experience* è il payoff che sintetizza l'evoluzione dell'azienda in un vero e proprio hub di servizi tecnologici che abilita l'utilizzo della tecnologia.

Il Gruppo fornisce circa 130.000 prodotti (PC, stampanti, accessori, software, cloud, datacenter & cybersecurity, smartphone, audio-video, TV, gaming, elettrodomestici, mobilità elettrica) di oltre 650 produttori a 31.000 rivenditori business e consumer attraverso molteplici modelli di vendita, sia self-service (piattaforma di e-commerce best-in-class e negozi Cash & Carry) sia assistita (tele-vendita e system engineers sul campo).

Oltre a fornire servizi di vendita all'ingrosso tradizionali (bulk breaking e credito), Esprinet svolge il ruolo di semplificatore dell'utilizzo della tecnologia. Il Gruppo offre, ad esempio, una piattaforma di e-commerce chiavi in mano a centinaia di rivenditori, la gestione in-shop per migliaia di punti vendita al dettaglio, soluzioni di pagamento e finanziamento specializzate per la comunità di rivenditori offrendo anche generazione della domanda da parte degli utenti finali e analisi dei big data ai principali produttori e rivenditori tecnologici che sempre più esternalizzano le attività di marketing.

Servizi cloud, software di collaborazione, sistemi di videoconferenza, infrastrutture IT avanzate e soluzioni di elettronica di consumo specializzate come elettrodomestici connessi o piattaforme di gaming sono nuove aree di crescita a valore aggiunto che alimentano un'ulteriore crescita futura dei ricavi per il settore, mentre i servizi logistici e finanziari, nonché il modello di vendita "a consumo", offrono crescenti opportunità di espansione dei margini.

La pervasività della tecnologia e la necessità di modalità più rapide e più semplici per rendere disponibili tecnologie sempre più complesse e diversificate alle persone e alle aziende, aprono la strada ad ulteriori miglioramenti degli scenari dell'industria della distribuzione tecnologica