

## UN NUOVO PORTALE B2B AL SERVIZIO DEI RISTORATORI



ZERO4, LAZIENDA DI VENDITA E DISTRIBUZIONE DEL GRUPPO GRANAROLO, HA LANCIATO MYZERO4, UNA PIATTAFORMA DIGITALE RICCA DI FUNZIONALITÀ, DEDICATA AI CLIENTI DELL'HORECA

DI GIUSEPPE STABILE

Un catalogo completo di tutte le referenze, un'area personale dalla quale effettuare gli ordini e gestire la propria posizione amministrativa e commerciale e, ancora, aggiornamenti sulle novità di prodotto e su offerte e promozioni personalizzate. C'è tutto questo, e molto altro, in MyZero4 ([www.myzero4.it](http://www.myzero4.it)), la nuova piattaforma digitale B2B del Gruppo Granarolo pensata per offrire nuovi e più avanzati servizi ai clienti del comparto Horeca. Protagonista del progetto è Zero4, l'azienda del Gruppo che si occupa della vendita e distribuzione dei prodotti Granarolo per i segmenti Horeca e Normal Trade.

MyZero4, portale digitale sviluppato con il partner tecnologico Aton, è nato con l'obiettivo di affiancare sinergicamente la rete vendita tradizionale, diffusa capillarmente su tutto il territorio nazionale, per rendere più snello e diretto il rapporto con i clienti del mondo della ristorazione.

Di uso facile e intuitivo, il portale, al quale si accede tramite registrazione (un video tutorial sullo stesso sito illustra tutti i passaggi), è fruibile da pc o da qualsiasi dispositivo mobile e mette a disposizione dell'operatore l'intero catalogo del gruppo bolognese: più di 1500 referenze che comprendono, oltre i tradizionali prodotti lattiero-caseari (latte, dessert, yogurt, panna fresca e a lunga conservazione, formaggi freschi e stagionati), anche pasta, aceti balsamici, salumi, vegetali e prodotti

**La piattaforma MyZero4 è fruibile da qualsiasi dispositivo mobile**



**Con MyZero4 si può consultare e ordinare ogni prodotto del catalogo Granarolo**

Mario Cavallo, entrato nel Gruppo Granarolo nel 1999, è responsabile del controllo di gestione Zero4 e Business Unit Normal Trade e Food Service. Project manager di MyZero4, ha coordinato il team di sviluppo del progetto, costituito dalle divisioni Trade Marketing e Information Technology di Granarolo e del partner tecnologico Aton



da forno senza glutine, entrati di recente nel portafoglio del gruppo a seguito di una fitta campagna di acquisizioni societarie. I vari menu di scelta delle categorie rendono facile e veloce la ricerca; ogni prodotto è corredato da foto, una scheda che ne descrive caratteristiche tecniche e organolettiche e fornisce consigli per la mise en place. Completato l'ordine, il cliente viene servito come sempre dal suo agente di fiducia Zero4, che rimane il suo punto di riferimento anche per qualsiasi ulteriore approfondimento o richiesta, mantenendo le stesse condizioni commerciali e metodo di pagamento di sempre.

Altra caratteristica del nuovo strumento è la personalizzazione del servizio, che si traduce, innanzitutto, in listini con prezzi tagliati su misura per il singolo cliente, ma non solo. L'utente può attivare sul portale la sua area personale protetta, dove troverà i prodotti che solitamente acquista e dalla quale può facilmente verificare e gestire la posizione amministrativa e commerciale nei confronti di Granarolo: il cliente può controllare le bolle di consegna, le fatture, lo stato dei pagamenti e degli ordini, documentazione che può archiviare nella stessa area o stampare.

Su MyZero4 il cliente riceverà le comunicazioni sulle offerte a lui dedicate, continuando a essere aggiornato sulle novità di prodotto e su sconti e promozioni rivolte all'intero canale. ✱

## Ai nostri microfoni risponde Mario Cavallo

### Da quale esigenza nasce il progetto MyZero4?

Nasce innanzitutto per accompagnare l'evoluzione del Gruppo Granarolo. Negli ultimi due anni abbiamo realizzato diverse acquisizioni che hanno ampliato la tradizionale gamma di referenze, già ricca ma concentrata sui prodotti lattiero-caseari, con prodotti al di fuori di quest'area. Ad esempio, con l'acquisizione di Fattorie Giacobazzi, che produce aceto balsamico di Modena Igp e Dop, salse e condimenti, del Pastificio Granarolo, che produce pasta all'uovo e di semola, siamo poi entrati nel mercato dei vegetali con la linea Granarolo 100% Vegetale, in quello dei salumi con l'acquisizione di Gennari che produce Prosciutto di Parma Dop e Parmigiano Reggiano Dop. Da qui l'esigenza di uno strumento che affiancasse la rete di agenti Zero4 nella comunicazione di tutte le novità, ma che al tempo stesso offrisse al cliente tutta una serie di servizi dei quali fruire in modo autonomo e rendere ancora più diretto il rapporto con il gruppo.

### Che riscontro state ottenendo?

Il progetto è abbastanza "fresco", perché partito alla fine dello scorso anno, e le iscrizioni stanno crescendo molto rapidamente. Altro aspetto importante è che sta attraendo anche l'interesse di ristoratori che non erano clienti Granarolo. Inoltre, riscontriamo un deciso incremento degli ordini proprio di quei prodotti, come i vegetali o i prodotti da forno senza glutine, questi ultimi frutto dell'acquisizione di Pandeia Dietetica, entrati di recente nel nostro portafoglio. Prova che l'iniziativa funziona e che attraverso il portale il cliente riesce ad avere una visione più ampia dell'assortimento e quindi acquista referenze alle quali era interessato, ma che non associava alla realtà Granarolo.