

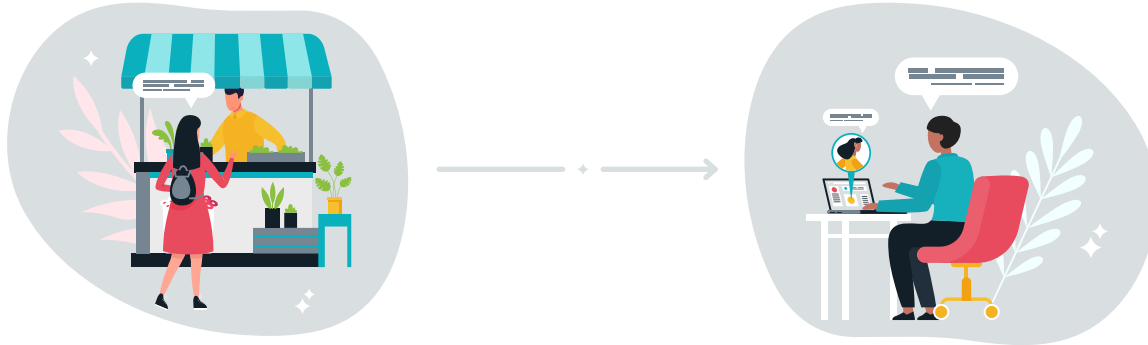
Ebook

Come rendere semplice la trasmissione degli ordini multicanale per le aziende B2B

Indice dei contenuti

Acquisizione ordini, ieri e oggi.....	3
Acquisti digitali: le abitudini B2C influenzano i processi B2B	4
Le sfide dei comuni canali d'ordine B2B	5
Gestione degli ordini automatizzata	6
Esker Order Management.....	7
Quali altre tecnologie vengono usate?	8
Case study Zimmer Biomet.....	9
Case Study Accord Healthcare.....	10
In definitiva.....	11
Noi siamo Esker.....	12

Acquisizione ordini, ieri e oggi



Un tempo i commercianti gestivano gli ordini in maniera sorprendentemente simile a come facciamo oggi. Ricevevano ordini attraverso svariati canali: direttamente a voce, da elenchi scritti a mano o, più avanti, anche via telefono. Oggi il concetto rimane lo stesso, ma le modalità sono cambiate: la lista scritta a mano è diventata digitale, su smartphone o computer, e spesso è un robot a raccogliere gli articoli in vasti magazzini automatizzati.

Tuttavia, l'adozione di nuove tecnologie, sebbene renda alcuni processi più semplici, introduce nuove complessità. Le aziende B2B sono ora chiamate a ripensare completamente il processo di vendita, dai prodotti ai prezzi, dai sistemi IT ai workflow, per adeguarsi alle esigenze in continua evoluzione del mercato. L'avvento delle tecnologie basate sull'intelligenza artificiale, in particolare, promette di semplificare notevolmente la gestione degli ordini multicanale, rendendola più agevole tanto per i team di assistenza clienti quanto per gli acquirenti.

Questo ebook illustra come le tecnologie basate sull'intelligenza artificiale possano ottimizzare e snellire questi processi, in modo che il cliente riceva l'ordine giusto al momento opportuno e al prezzo indicato.

Acquisti digitali: le abitudini B2C influenzano i processi B2B

Nel B2C, l'attenzione delle aziende si sta spostando sempre di più verso lo sviluppo di un'esperienza cliente fluida e integrata su tutti i canali, comunemente nota come "ordinazione multicanale". In parole semplici, un cliente può iniziare il processo di acquisto in un negozio, seguire gli aggiornamenti dei prodotti e i prezzi speciali sui social media ed effettuare l'acquisto finale sul web.

Questo trend, orientato a rendere più semplice e piacevole l'esperienza d'acquisto, sta rapidamente prendendo piede anche nel settore B2B. Gli acquirenti aziendali, infatti, iniziano a richiedere e ad aspettarsi un grado di facilità e accessibilità paragonabile a quello che sperimentano come consumatori privati.

Durante la pandemia di COVID-19, gli acquirenti nel settore B2B sono riusciti a scongiurare l'impatto negativo causato dal rallentamento delle catene di approvvigionamento e dalla scarsità di liquidità, adottando soluzioni digitali per la gestione degli ordini. Questo approccio ha offerto una solida alternativa alle metodologie tradizionali, facendo fronte efficacemente alle sfide poste dalla pandemia. È importante notare, inoltre, che le transazioni B2B presentano alcune differenze sostanziali dal B2C: di solito comportano quantità d'ordine maggiori, specifiche più dettagliate e tempi di consegna più lunghi.

Ecco perché sempre più fornitori B2B stanno adottando l'approccio multicanale per gli acquisti.



dei venditori B2B utilizzano gli strumenti di e-commerce per la loro:

- convenienza
- disponibilità 24/7
- riduzione dei costi



... con una crescita del fatturato del

¹ Main, Justin. "3 Trends Driving the Consumerization of B2B E-Commerce." Forbes.com, Nov. 28, 2022.



Le sfide dei comuni canali d'ordine B2B

Per semplificare efficacemente la gestione degli ordini, è essenziale offrire ai clienti la libertà di scegliere il metodo di ordinazione preferito, garantendo simultaneamente che la tua azienda sia equipaggiata con le soluzioni più avanzate per processarli con massima efficienza.

Tuttavia, malgrado l'enfasi posta sull'"automazione", numerose piattaforme di gestione ordini B2B si dimostrano inadeguate, conducendo frequentemente a errori da correggere, lacune informative da colmare e richieste clienti non gestite.



EDI:

Questo scambio elettronico standardizzato di documenti commerciali tra due parti è senza dubbio molto conveniente, a patto che entrambe le parti siano d'accordo sui formati. Ma i costi di manutenzione possono essere elevati e non tutte le aziende sono in grado di gestire le risorse necessarie per mantenere un sistema di questo tipo. Costringere i clienti a un sistema è, ovviamente, l'antitesi della "customer satisfaction".



Canali di e-commerce :

Sembra uno dei modi più semplici per effettuare un ordine. Tuttavia, a volte un team di procurement ha bisogno di effettuare ordini direttamente dal proprio ERP, il che significa che dovrà riscrivere tutto nel portale web del fornitore. Per gli ordini con un gran numero di voci, questo non è semplicemente fattibile.



Strumenti OCR :

Il riconoscimento ottico dei caratteri (OCR) è spesso considerato un modo economico per leggere elettronicamente documenti come ordini o fatture. Il problema è che, da solo, questo strumento non è sufficiente, in quanto può leggere le informazioni in modo errato e per lo più non ha le capacità di "capire" le informazioni o di verificarle rispetto ad altri dati.

Gestione degli ordini automatizzata

Il digitale deve rimanere digitale

Ora che gli ordini vengono effettuati digitalmente, le fasi successive del processo di evasione dovrebbero rimanere in ambito digitale, almeno in teoria. Trasferire i dati a sistemi diversi o trascrivere tutto manualmente porta solo a più possibilità di errore e un eventuale ritardo nella consegna al cliente. Inoltre, il fornitore non sarà in grado di gestire una crescita dei canali digitali o dei relativi ordini.

La gestione automatizzata degli ordini consente l'elaborazione e la tracciabilità digitale degli ordini, facilita il processo decisionale con insights basati sui dati e accelera l'intero processo di ordinazione in modo che i clienti ricevano l'"ordine perfetto".

Le modalità con cui i clienti effettuano l'ordine non devono avere un impatto negativo su questo processo. Che si tratti di un portale di e-commerce, di EDI o delle varie forme di invio di un ordine via e-mail, le soluzioni di automazione devono essere in grado di gestirle tutte. E se è importante che le preferenze dell'acquirente per l'inserimento dell'ordine siano soddisfatte, ciò che conta ancora di più è ciò che accade nel processo dopo la trasmissione.

Un sistema di gestione degli ordini che si integri direttamente con l'ERP e che sia in grado di tenere il passo con qualsiasi trasformazione digitale può garantire all'azienda una maggiore flessibilità per il futuro.



Che cos'è un ordine perfetto?

Vuol dire semplicemente ricevere i prodotti giusti, con le quantità giuste, al momento e nel luogo giusto, con la fattura corrispondente.

Esker Order Management

L'automazione degli ordini trasforma le vecchie note scritte a mano in un processo semplice e veloce. Esker Order Management riceve gli ordini, estrae le informazioni chiave e li smistia automaticamente, tutto grazie all'intelligenza artificiale. Questo non solo snellisce il lavoro, ma ci offre anche preziosi insight utili a migliorare ancora di più i processi.

Funzionalità AI come NLP (pensa ChatGPT), OCR, machine e deep learning consentono di estrarre e verificare correttamente i dati con precisione, migliorandosi da solo nel tempo.

Formati elaborati con Esker Order Management

Formati strutturati: EDI, piattaforme di e-commerce e canali più complessi come listini punchout e dispositivi mobili



Formati non strutturati: e-mail di testo libero o messaggi di chat



Formati semi-strutturati:
PDF e fogli di calcolo



Quali altre tecnologie vengono usate?

Le nostre soluzioni sono dotate di tutte le tecnologie utili disponibili, tra cui una serie di funzionalità di intelligenza artificiale. Queste hanno un impatto positivo su ogni fase del processo di ordinazione.



Ricezione ordini e triage:

- La soluzione elabora sia i formati strutturati che quelli non strutturati, esaminandoli per estrarre e convalidare i dati utili prima di inoltrare l'ordine alla coda designata per il passaggio successivo.
- Le modifiche apportate ai dati attivano gli algoritmi di apprendimento automatico, che si adattano e memorizzano le correzioni per migliorare il processo nelle operazioni future.
- Il sistema di rilevamento anomalie evidenzia eventuali discordanze, come importi d'ordine o quantità di articoli diversi dai consueti parametri stabiliti per i clienti abituali, assicurando così un monitoraggio efficace e preventivo.



Integrazione ERP in tempo reale:

- L'ordine viene creato simultaneamente nell'ERP con pochi clic e archiviato per il periodo di tempo specificato, lasciando un audit trail completo.
- Sebbene Esker non esegua alcuna gestione diretta dell'inventario di magazzino, l'integrazione con l'ERP crea una panoramica accurata e aggiornata della disponibilità dei prodotti.



Ordini modificati o resi:

- Questi casi sono più facili da gestire quando la tecnologia di automazione intelligente si fa carico delle complicate operazioni di estrazione dei dati. La riconciliazione del reclamo con l'ordine originale avviene automaticamente, evitando la stampa del documento e il check manuale.



Rilevamento di quantità insolite:

- L'intelligenza artificiale identifica se le quantità o gli importi degli ordini sono insoliti per quel cliente, basandosi sullo storico. I CSR possono quindi contattare facilmente il cliente per verificare l'ordine, tenendo traccia delle comunicazioni per riferimenti futuri.



ZIMMER BIOMET

La fusione tra Zimmer e Biomet ha comportato un aumento di 20.000 ordini al mese, che il team non sarebbe stato in grado di elaborare senza Esker. La capacità di ricevere ed elaborare gli ordini indipendentemente dal formato ha avuto un impatto enorme sulla semplificazione dell'intero processo.

[Leggi il case study](#)



“Le dashboard ci aiutano davvero a vedere gli ordini rimanenti nella pipeline e ciò che dobbiamo fare prima della fine della giornata.”



Eric Bertorello
EMEA IT Sales Region Leader,
Zimmer Biomet



Accord Healthcare è una multinazionale leader nel settore farmaceutico. La sua filiale spagnola riceve più di 6.500 ordini mensili, principalmente da ospedali e farmacie via fax, e-mail e EDI. Prima dell'automazione, quattro membri del team del Servizio Clienti dividevano gli ordini via fax e via e-mail per zone geografiche e li inserivano manualmente nel sistema ERP dell'azienda. Gli ordini EDI venivano stampati e spesso ritardavano l'evasione a causa dei numerosi passaggi necessari.

Esker Order Management divide automaticamente tutti gli ordini ricevuti per tipo di prodotto, quindi li suddivide e li assegna al giusto CSR in base alla zona geografica. In questo modo la ricezione degli ordini è praticamente "touchless" e anche i file Excel con più voci possono essere gestiti facilmente.

[Leggi il case study](#)



“Anche se un CSR è temporaneamente non disponibile o in vacanza, l'elaborazione degli ordini non subisce ritardi. La visibilità completa che abbiamo sul nostro processo di ordini e la riduzione dei tempi di elaborazione di ogni ordine, compreso l'EDI, hanno migliorato notevolmente i nostri KPI di efficienza.”

María Carmen Cano
Head of Customer Service & Commercial Admin,
Accord Healthcare

In definitiva

Man mano che le esperienze di acquisto retail evolvono verso un approccio omnicanale è fondamentale che i sistemi di gestione degli ordini B2B si adattino a questi cambiamenti. Un'azienda che introduce nuovi metodi d'ordine senza aggiornare le sue pratiche di gestione, affidandosi a processi manuali o a soluzioni tecnologicamente superate, si espone al rischio di essere sorpassata da concorrenti più agili, capaci di rispondere efficacemente alle aspettative dei clienti utilizzando le ultime innovazioni tecnologiche.

Esker Order Management ottimizza il flusso d'ordine tra acquirenti e fornitori attraverso:

- Modalità flessibili di ricezione degli ordini, progettate per adattarsi perfettamente alle necessità del cliente pur garantendo un'elaborazione semplificata per il fornitore.
- Una drastica riduzione di errori e tempi di consegna, resa possibile dall'impiego di strumenti avanzati di intelligenza artificiale, che affinano la loro precisione con ogni nuovo ordine.
- Analisi dettagliate basate su dati solidi, che forniscono al Servizio Clienti le informazioni necessarie per decisioni più informate e tempestive.

L'adozione di questa innovativa soluzione di gestione ordini eleva la qualità del servizio offerto, incrementando la soddisfazione e fedeltà dei clienti e incentivandoli a stabilire un rapporto duraturo.



Noi siamo Esker

Esker è una piattaforma globale in cloud sviluppata per valorizzare il lavoro dei dipartimenti finanziari e del servizio clienti, e aiuta a consolidare la collaborazione tra le aziende automatizzando i processi di source-to-pay (S2P) e order-to-cash (O2C).



39

anni di esperienza di cui 20 focalizzati sullo sviluppo di soluzioni cloud



1.000+

dipendenti che lavorano per 850.000 utenti e oltre 1.700 clienti in tutto il mondo



15

filiali globali e casa madre a Lione, in Francia



€159,3

milioni di fatturato nel 2022, con il 90% di vendite generate dalle attività SaaS



Il successo aziendale è migliore se condiviso

In Esker crediamo che l'unico modo per creare un cambiamento reale e significativo sia la crescita a somma positiva. Questo significa raggiungere un successo aziendale che non vada a scapito di nessun individuo, reparto o azienda - tutti vincono! Ecco perché la nostra tecnologia guidata dall'AI è progettata per valorizzare tutti gli stakeholder e promuovere la creazione di valore a lungo termine.



www.esker.it