Elisa Rossini direttore marketing RossiniGroup, nella foto insieme ai fratelli Dario amministratore delegato RossiniGroup e Marco direttore generale di Rossini Illuminazione

L'omnicanalità è più facile col digitale

di Edoardo Bellocchi in collaborazione con ADICO

È rede di un'istituzione come Rossini Illuminazione, storicamente presente nel territorio milanese fin dal 1929, **RossiniGroup** (www.rossinigroup.it) è oggi un'articolata realtà attiva nel mondo dell'illuminazione, che comprende anche il marchio Plexiform e lo showroom Overlite. Il gruppo, che nel 2017 ha registrato un fatturato di 17 milioni di euro e conta circa 60 dipendenti, è presente sul mercato nazionale e internazionale con un'offerta trasversale e completa dedicata sia al privato sia al progettista, all'installatore e al contractor. In particolare, Rossini Illuminazione propone un'ampia scelta di prodotti sia di carattere decorativo sia tecnico completa per interni, esterni, casa e ufficio, con quasi 5.000 articoli trattati contenuti in un catalogo che prevede i due volumi "Deco" e "Tech". Overlite, altra anima di RossiniGroup, è uno showroom di oltre 1400 metri quadrati nato nel 2001 e che nel tempo è diventato uno spazio di incontro, un punto di riferimento per i più importanti marchi dell'illuminazione a Milano e per i più noti designer. Un'equipe di professionisti qualificati è in grado di offrire consulenza ai clienti privati e assistenza ai professionisti e progettisti con precisi calcoli illuminotecnici e rigorosi sopralluoghi, per assicurare la migliore resa luminosa anche negli ambienti più particolari e le soluzioni tecniche più adatte al miglioramento dell'efficienza energetica e nel rispetto delle normative di settore. Plexiform, acquisita da RossiniGroup nel 2012, è un'azienda italiana presente sul mercato da 50 anni. La storia di Plexiform è da sempre strettamente connessa con il tessuto industriale milanese e oggi più che mai propone soluzioni tecniche per tutti i settori dell'illuminazione: una proposta di stampo Architectural, rivolta al mondo ufficio e ai settori industriale e retail. Plexiform offre sistemi estremamente flessibili dall'elevato contenuto tecnologico, con alte performance luminose e un occhio sempre attento al design.

MANAGEMENT DI TERZA GENERAZIONE – Dal 2016, con una nuova direzione operativa e un'ampia riorganizzazione aziendale, RossiniGroup si è organizzato per la prossima sfida: l'internazionalizzazione e uno sviluppo continuo della tecnologia LED e di controllo dell'illuminazione, per un nuovo concetto di luce che pone al centro la persona, i suoi bisogni e il suo benessere.

Il Gruppo è già attivo, soprattutto in Europa, ma ha progetti avanzati con l'obiettivo di estendere la propria presenza in altre aree del mondo. I piani di sviluppo di RossiniGroup non riguardano però solo l'espansione all'estero, ma prevedono anche una robusta dose

Le tre anime del Gruppo Rossini alla prova della trasformazione digitale per mettere il cliente sempre più al centro dei processi di business

di tecnologie digitali a supporto delle attività di marketing, come conferma in una conversazione con *Data Manager* **Elisa Rossini**, **direttore marketing e comunicazione di RossiniGroup** oltre che responsabile delle Risorse Umane, e rappresentante della terza generazione dei Rossini insieme ai fratelli **Dario**, amministratore delegato del Gruppo e responsabile della direzione finanziaria, e **Marco**, direttore generale di Rossini Illuminazione, oltre a seguire la direzione acquisti del Gruppo.

GUARDARE ALLE BEST PRACTICE - Tra i progetti di rilievo, va in primo luogo menzionato «il rifacimento completo del sito del brand Rossini Illuminazione, che abbiamo sviluppato con l'obiettivo di mettere a disposizione tutte le informazioni sui nostri prodotti» – esordisce Elisa Rossini. Il nuovo sito, che è online da poche settimane, prevede la presenza di schede tecniche che si generano automaticamente per gli oltre 5.000 articoli di Rossini Illuminazione, comprendenti tutti i dati tecnici e fotometrici. «Si tratta di informazioni estremamente utili sia per il cliente finale sia per la rete di vendita, e soprattutto per tutto il pubblico professionale, a cominciare dagli architetti, agli installatori e gli elettricisti, passando per i progettisti e i distributori di materiale elettrico» – prosegue Elisa Rossini, sottolineando che «l'idea che ci siamo posti fin dall'inizio del rifacimento è quella di mettere il cliente sempre più al centro della nostra azione, con un sito che diventa una vera e propria piattaforma che parla ai nostri pubblici di elezione». L'idea è nata anche prendendo a modello quelle che sono le best practice del settore, dove i colossi del design puntano da sempre su siti ricchi di informazioni utili. Se per i big questa è una sorta di *conditio sine qua non*, è meno scontato che «un'azienda della nostra classe di fatturato abbia una presenza così rilevante sul web oppure investa molto sui social media» – fa notare Elisa Rossini. In effetti, Rossini Illuminazione è presente su social consolidati come Pinterest e Facebook e a breve su Instagram. Su Facebook, abbiamo una presenza organizzata dal 2015, e lo utilizziamo per dare un volto all'azienda, sulla quale notiamo che c'è sempre molto interesse e curiosità» – conferma Elisa Rossini, sottolineando che Facebook si rivela utile anche come piattaforma di supporto per scambiare informazioni sugli eventi organizzati rivolti al mondo professionale dal Gruppo Rossini oppure per condividere gli articoli pubblicati sul blog del Gruppo (www.rossinillumina.it).

IL CATALOGO VIRA AL DIGITALE - Non va dimenticato lo strumento classico per le aziende di design: il catalogo. «Si tratta sempre di un veicolo molto importante, che nel corso degli anni ci ha consentito di crescere arrivando direttamente nelle case dei nostri clienti» – evidenzia Elisa Rossini, spiegando che «il catalogo classico esiste ancora, anche se con l'avvento delle nuove modalità di comunicazione ha perso un po' della sua centralità: la vera sfida di oggi è tramutarlo interamente in uno strumento digitale. Risponde a questo scopo oltre al sito anche l'app che abbiamo realizzato nel 2012 e che stiamo rinnovando completamente nei prossimi mesi, che contiene l'intera nostra offerta. Disponibile sia per Apple sia per Android, si tratta di uno strumento molto utile anche per la forza vendita, che ha tutte le informazioni sui prodotti (anche la disponibilità degli articoli in stock in tempo reale) in mobilità su strumenti molto flessibili come smartphone o tablet».

A TUTTA OMNICANALITÀ - Secondo Elisa Rossini, le possibilità date oggi dal digitale permettono di «realizzare una omnicanalità che si può rivelare molto utile nella nostra realtà di Gruppo articolato su diversi livelli, con tre aziende e tre marchi diversi, con un'azienda che produce e una che commercializza, e con due punti vendita fisici, ma soprattutto con una forte propensione ad andare sempre di più verso il mondo digitale». Non a caso, in tutto il Gruppo Rossini è stato recentemente dato un forte impulso agli investimenti nell'area IT, anche con l'arrivo di un manager interno dedicato proprio a questa area, che precedentemente veniva gestita con consulenti esterni all'azienda. L'intenzione, anticipa Elisa Rossini, è quella di spingere sull'IT «sia per sviluppare la business intelligence e il customer relationship management in modo che siano sempre più integrati all'interno del Gruppo, sia per partecipare anche alle iniziative volte a favorire la digitalizzazione delle imprese con incentivi e agevolazioni». Del resto, anche se ha alle spalle una storia di quasi 90 anni, il Gruppo Rossini è oggi guidato da un management inferiore ai 40 anni di età, come dire che si tratta di un management per il quale la digitalizzazione dell'impresa è imprescindibile. **DM**

Investire in conoscenza

ADICO è l'Associazione Italiana per la Direzione commerciale, vendite e marketing. Dal 1964, riunisce i direttori di queste funzioni, imprenditori, area manager, consulenti per condividere i valori della professione, la crescita professionale, per valorizzare esperienze manageriali e creare relazioni commerciali per la crescita delle aziende. Le attività culturali ADICO prevedono un programma di tavole rotonde, seminari, workshop e incontri conviviali sulla attualità manageriale.

Accademia ADICO offre corsi di formazione specialistica per i manager e i loro collaboratori, con docenti di alto profilo. Per informazioni: **www.adico.it** tel. 02.6704080.