

MINSAIT METTE LE TECNOLOGIE DIGITALI AL SERVIZIO DELL'AMBIENTE POTENZIANDO IL DATABASE E I CANALI ONLINE DI GREENPEACE ITALIA

- La società svilupperà, insieme alla sua *digital boutique* Softfobia, una nuova piattaforma digitale per la gestione delle donazioni dell'ufficio italiano di Greenpeace
- Questo investimento permetterà all'organizzazione ambientalista di rafforzare il rapporto con i propri sostenitori, ottimizzare le sue attività e aumentare le risorse per le sue campagne per proteggere il pianeta
- La nuova piattaforma, che sarà disponibile alla fine di quest'anno, permetterà a donatori e volontari di partecipare e contribuire alle campagne di Greenpeace Italia in modo più semplice e intuitivo e con sistemi innovativi di pagamento, adattati al mercato italiano e completamente sicuri
- Il rafforzamento del rapporto con i donatori e gli utenti attraverso i canali online – come evidente nell'attuale contesto di emergenza sanitaria – ha acquisito un'importanza strategica in tutti i settori. È per questo che Greenpeace ha da tempo deciso di attivare un programma di digital transformation del quale la nuova piattaforma è un pilastro essenziale

Roma, 1 luglio 2020.- La digitalizzazione e le tecnologie all'avanguardia di *customer experience* al servizio della tutela dell'ambiente e del pianeta. Greenpeace rafforza i propri canali digitali in Italia con una nuova piattaforma digitale per gestire le donazioni sviluppata da Minsait, la società di Indra, insieme alla sua *digital boutique* Softfobia, società sarda del gruppo Indra specializzata in digital marketing.

La nuova piattaforma, che sarà disponibile entro la fine di quest'anno, permetterà ai donatori e ai volontari di contribuire alle campagne dell'organizzazione in modo più semplice e intuitivo e con sistemi di pagamento completamente sicuri. Potranno inoltre ricevere informazioni specifiche sull'utilizzo dei loro contributi, nonché sul loro impatto finale in ambito sociale, economico e sulla protezione dell'ambiente.

La nuova piattaforma di gestione delle donazioni consente un rapporto più stretto ed efficace tra l'organizzazione ambientalista e i propri sostenitori. L'integrazione con strumenti di ascolto sociale e di Marketing Automation permetterà a Greenpeace di ottimizzare le proprie campagne raggiungendo nuovi gruppi di popolazione e i sostenitori più interessati ad ogni iniziativa, che riceveranno contenuti più efficaci, pertinenti e personalizzati. Il tutto aumentando i contributi e le risorse per le iniziative di tutela ambientale.

"Con questo progetto, Greenpeace applica le più avanzate tecnologie digitali per migliorare il rapporto con i propri donatori e volontari, potenziando i canali online e attivando strumenti digitali che le consentiranno di ottimizzare campagne e risorse per le proprie iniziative, più che mai necessarie. In Minsait siamo estremamente orgogliosi di poter contribuire con la nostra esperienza e tecnologia a migliorare il nostro pianeta, sposando appieno la causa di Greenpeace-", ha dichiarato Stefano Omiccioli, responsabile Customer & Digital Experience di Minsait in Italia.

Il nuovo sistema di gestione del rapporto con donatori e sostenitori, realizzato da Minsait, la società di Indra leader nell'Information Technology e nella Trasformazione Digitale, insieme a Softfobia, si è basato sull'implementazione del modulo NPSP di Salesforce (No Profit Success Pack), integrato con un sistema di pagamento digitale sicuro sviluppato dalla società Findock. Inoltre, Minsait si occuperà della progettazione

ed integrazione dei nuovi applicativi con gli attuali sistemi *legacy*, proponendosi allo stesso tempo come partner per la ottimizzazione e realizzazione dei contenuti per le campagne basati sull'ascolto attivo sui social network e sui canali online.

Il rafforzamento dei canali online come priorità nel contesto di COVID-19

Il rafforzamento delle relazioni con i clienti e gli utenti attraverso i canali online ha acquisito, come evidente nell'attuale contesto di emergenza sanitaria, un'importanza strategica in tutti i settori, compreso il terzo settore, costituito da associazioni e organizzazioni no profit come Greenpeace Italia. Lo sviluppo della nuova piattaforma rappresenta un pilastro essenziale dell'ambizioso programma di digital transformation di Greenpeace.

"La sfida nel business di oggi è nel disegnare una customer experience *emozionale*. Nel contesto specifico Greenpeace ha dei contenuti molto emotivi, Minsait l'esperienza per massimizzare l'impatto sui donatori potenziali e non. Inoltre l'efficienza operativa e l'utilizzo del budget nelle funzionalità a valore, gioca un ruolo cruciale ed è la chiave del successo digitale", afferma Stefano Omiccioli, che sottolinea come oggi più che mai "è necessario avere una presenza online professionale e completa con una *customer experience* d'eccellenza".

Questa esigenza non riguarda solo i negozi e le aziende impattate dal confinamento e distanziamento sociale, ma anche tutti coloro che, con il cambiamento di scenario determinato da COVID-19, hanno riflettuto sull'importanza di dotarsi di maggiori e migliori risorse digitali rafforzando la loro presenza online con piattaforme più agili e potenti.

Leadership nell'e-commerce e nelle piattaforme di pagamento sicure

La scelta di Minsait da parte di Greenpeace Italia è stata determinata dalla leadership e dall'esperienza della società di consulenza nello sviluppo di tecnologie digitali volte a migliorare l'esperienza degli utenti.

Minsait ha recentemente lanciato la propria piattaforma di e-commerce basata su Salesforce Commerce Cloud, che consente a tutte le industrie, imprese e associazioni di avere, in sole otto settimane, un sistema di e-commerce con valore differenziale in grado di incrementare le vendite digitali e di rafforzare le relazioni con i clienti.

La proposta è una modalità agile con funzionalità di base che Minsait ha integrato con uno dei suoi prodotti della suite Onesait Payments, specializzata nei pagamenti online. Questo aggiunge alla soluzione una gestione delle vendite, delle spedizioni e della fatturazione molto più veloce, integrata e sicura.

In questo modo la soluzione rafforza il posizionamento online con una piattaforma tecnologica solida e versatile, che permette alle aziende e alle associazioni di gestire cataloghi complessi in modo più dinamico, attivare promozioni rapide e personalizzate, controllare il multi-stock off-site, integrarsi con altri sistemi di gestione, facilitare i pagamenti centralizzati e sicuri e semplificare il rapporto con gli operatori logistici, tra le altre funzionalità.

Minsait

Minsait, società di Indra (www.minsait.com), è l'azienda leader nella consulenza negli ambiti della Digital Transformation e delle Information Technologies in Spagna e America Latina. Possiede un alto grado di specializzazione e conoscenza del settore, grazie alle sue capacità di integrare il mondo core con il mondo digitale, alla sua leadership nell'innovazione e nella trasformazione digitale e alla propria flessibilità. In questo modo la società focalizza l'offerta su proposte di valore ad alto impatto, basate su soluzioni end-to-end, con un notevole grado di segmentazione, che le consente di raggiungere risultati tangibili per i propri

clienti in ogni settore con un focus sulla trasformazione. Le proprie capacità e leadership si riflettono nella suite di prodotti proprietari, sotto il marchio Onesait, e nella vasta gamma di servizi offerti.

In Italia Minsait conta più di 1.000 professionisti che lavorano presso le sedi di Roma, Milano, Napoli, Bari e Matera. La società ha sviluppato competenze avanzate in ambiti innovativi come Content & Process Technologies, Customer Experience Technologies, Solutions Architects e Data & Analytics, che consentono di offrire soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto nei mercati in cui opera. Minsait ha localizzato in Italia il proprio centro di eccellenza globale per le tecnologie Customer Experience, completando la sua vasta presenza geografica con una consolidata capacità locale di produzione e delivery grazie ai centri di Napoli, Matera e Bari.

Nel 2018, Minsait ha rafforzato il proprio team in Italia con il talento di Softfobia, società sarda specializzata nello sviluppo di soluzioni digitali nei settori dell'e-commerce, del web marketing, della pianificazione strategica, del posizionamento e dell'ottimizzazione dei digital asset.

Indra

Indra (www.indracompany.com) è una delle principali società globali di consulenza e tecnologia ed è il partner tecnologico per le operazioni chiave dei propri clienti in tutto il mondo. È un fornitore leader a livello mondiale di soluzioni proprietarie in specifici segmenti dei mercati del Trasporto e della Difesa ed è la società leader nella trasformazione digitale e nell'Information Technology in Spagna e America Latina attraverso la sua filiale Minsait. Il suo modello di business si basa su un'offerta completa di prodotti proprietari, con un approccio end-to-end, ad alto valore e con una elevata componente di innovazione. Nel 2019, Indra ha registrato ricavi per 3.204 milioni di euro, circa 49.000 dipendenti, presenza locale in 46 paesi e operazioni commerciali in oltre 140 paesi.