Modello M11 – Rapporto Tecnico di Chiusura Progetto

BENEFICIARIO/RAGGRUPPAMENTO

PANORAMIKA S.R.L.

TITOLO DEL PROGETTO

E-COMMERCE

CODICE DEL PROGETTO

PRCT5A6

RAPPORTO TECNICO DI CHIUSURA PROGETTO

1. *Sintesi dell'iniziativa*

- *Descrivere in modo sintetico l'iniziativa, le finalità, i risultati e gli obiettivi conseguiti confrontando la situazione ex-ante ed ex-post all'intervento*

Panoramika S.r.l. è un'azienda pugliese attiva dal 2011 nel settore del commercio all'ingrosso di infissi (ATECO 46.73.23), con sede legale a Cerignola (FG) e showroom operativi nelle province di Foggia, Barletta-Andria-Trani e Bari. L'impresa si posiziona come distributore qualificato tra i principali produttori nazionali del settore e la propria clientela, che comprende sia operatori professionali (rivenditori, installatori, imprese edili) sia utenti privati.

Il modello commerciale pre-intervento era fondato esclusivamente sulla rete di showroom fisici e sulle relazioni dirette con i clienti. L'impresa non disponeva di un canale di vendita digitale strutturato, né di strumenti di marketing automation o di un sistema organizzato di gestione delle relazioni con i clienti (CRM). L'intervento si inserisce in questo contesto come prima digitalizzazione del canale commerciale, in piena coerenza con gli obiettivi della Linea B dell'Avviso TRASFORMAZIONI.

La piattaforma e-commerce realizzata – raggiungibile all'indirizzo https://shop.panoramika.it/ – nasce con una precisa filosofia editoriale, esplicitata nella presentazione del negozio: «Noi selezioniamo con cura. Tu scegli con semplicità.». L'offerta è volutamente circoscritta a prodotti finiti in misure standard, selezionati dai migliori produttori del settore per qualità e affidabilità, senza configuratori su misura: un approccio che semplifica il processo di acquisto e abbassa le barriere all'acquisto digitale in un settore tradizionalmente caratterizzato da elevata complessità consulenziale.

- *Descrivere in modo esaustivo gli sviluppi migliorativi ottenuti con l'intervento. Nel caso di aggregazione in rete, evidenziare il valore aggiunto rispetto alla attività pre-esistente delle singole imprese.*

La tabella seguente illustra sinteticamente la trasformazione conseguita in ciascuna area d'intervento:

Area	Situazione Ex-Ante	Situazione Ex-Post
Canale di vendita	Esclusivamente fisico (3 showroom in Puglia)	Fisico + e-commerce nazionale su piattaforma Shopify
Catalogo online	Assente	Presente: categorie di prodotto strutturate, schede tecniche, acquisto diretto
Pagamenti digitali	Assenti	Attivi: Visa, Mastercard, Amex, Maestro, Apple Pay, Google Pay
Copertura geografica	Locale/regionale (Puglia)	Nazionale (spedizioni a domicilio su tutto il territorio italiano)
Comunicazione clienti	Manuale, non strutturata	Automatizzata: welcome email, recupero carrello abbandonato
Gestione dati clienti	Assente / destrutturata	CRM Brevo con segmentazione automatica e personalizzazione AI-driven
Assistenza clienti digitale	Assente online	Chatbot AI Chatbase attivo 24/7
Promozioni e sconti	Gestione manuale in showroom	Codici sconto configurabili autonomamente dal pannello Shopify
Tracciabilità spedizioni	Assente / comunicazione telefonica manuale	Tracking automatico inviato via email al cliente

Sviluppi migliorativi ottenuti con l'intervento

Ampliamento del mercato servito

Prima dell'intervento, Panoramika operava esclusivamente attraverso la propria rete di showroom fisici in Puglia, con una clientela prevalentemente locale e regionale. L'attivazione dello store online https://shop.panoramika.it/ consente all'impresa di commercializzare i propri prodotti su tutto il territorio nazionale, superando i vincoli geografici tipici delle PMI del settore. La piattaforma è già configurata con politiche di spedizione attive, a riprova di un processo logistico pienamente operativo.

Automazione del ciclo commerciale digitale

L'adozione di Shopify Payments e dei flussi di marketing automation (Brevo CRM) ha automatizzato l'intero ciclo commerciale digitale: dalla presentazione del prodotto all'utente, alla gestione del pagamento, all'invio della conferma d'ordine e del tracking di spedizione, fino alle comunicazioni post-acquisto. Questo processo, prima inesistente in formato digitale, avviene oggi senza intervento manuale, riducendo il carico operativo del personale e aumentando l'efficienza complessiva della struttura commerciale.

Supporto consulenziale digitale continuo

L'integrazione del chatbot AI Chatbase garantisce una presenza digitale attiva 24 ore su 24, 7 giorni su 7, con risposte immediate alle richieste degli utenti in qualsiasi momento. Nel settore degli infissi, dove la decisione di acquisto è tipicamente preceduta da una fase consulenziale (sistemi di apertura, materiali, caratteristiche tecniche, compatibilità dimensionale), questo strumento riduce significativamente il carico sul personale degli showroom per le richieste di primo livello e migliora la qualità del contatto commerciale successivo.

Gestione strutturata dei dati clienti e marketing data-driven

L'implementazione del CRM Brevo ha trasformato la gestione delle relazioni con i clienti da un approccio destrutturato – basato sulla conoscenza personale degli operatori di showroom – a un sistema data-driven: i dati di acquisto, navigazione e interazione vengono sincronizzati automaticamente dall'e-commerce al CRM, abilitando segmentazione avanzata, personalizzazione delle comunicazioni e ottimizzazione delle campagne di marketing sulla base di dati reali e aggiornati.

Riduzione del tasso di abbandono del carrello

Il flusso automatico di recupero carrello abbandonato – configurato tramite Brevo CRM in integrazione con Shopify – intercetta gli utenti che hanno interrotto il processo di acquisto prima della sua conclusione. Nel settore degli infissi, dove il processo decisionale può estendersi nel tempo (confronto varianti, verifica misure, coordinamento con l'installatore), questo strumento assume un valore strategico particolarmente rilevante per il recupero delle opportunità commerciali digitali.

2. *Indicazione dei soggetti aderenti al raggruppamento partecipante al progetto*

- Elencare tutti i soggetti aderenti al raggruppamento partecipante.

Il progetto è stato presentato e realizzato in forma singola, senza costituzione di raggruppamento. L'unico soggetto beneficiario è:

Soggetto	Forma giuridica	Sede	Ruolo
Panoramika S.r.l.	Società a responsabilità limitata	Cerignola (FG) – Puglia	Beneficiario unico

- Riportare le modifiche del Raggruppamento registrate in corso di attuazione del progetto rispetto al Raggruppamento inizialmente candidato specificando le date e gli atti di comunicazione e di approvazione delle modifiche apportate.

Non ci sono state modifiche.

3. *Piano delle attività svolte*

a. Descrizione degli obiettivi fissati dal progetto

Il progetto si è posto i seguenti obiettivi, definiti nella fase di candidatura e integralmente conseguiti:

- OB.1 – Creazione di un canale e-commerce operativo su piattaforma cloud Shopify, con catalogo prodotti strutturato per categorie, carrello, checkout e pagamenti digitali attivi;
- OB.2 – Abilitazione di metodi di pagamento elettronico diversificati (carte di credito/debito e wallet digitali) in conformità agli standard di sicurezza PCI DSS e alla normativa PSD2;
- OB.3 – Automazione delle comunicazioni con i clienti attraverso flussi di marketing automation (welcome email, recupero carrello abbandonato) integrati nel CRM Brevo;
- OB.4 – Implementazione di un sistema CRM (Brevo) integrato con Shopify per la gestione strutturata dei dati clienti, la segmentazione automatica e la personalizzazione delle campagne di marketing;
- OB.5 – Integrazione di un chatbot AI (Chatbase) per l'assistenza e il supporto consulenziale digitale continuo (24/7);
- OB.6 – Attivazione di funzionalità di personalizzazione dell'esperienza utente basate sui dati comportamentali raccolti dalla piattaforma.

b. Elencazione delle nuove innovazioni di processo e organizzative introdotte attraverso la rete ed il progetto finanziato

Innovazioni di processo

- Processo di vendita digitale end-to-end: dalla navigazione del catalogo all'acquisto, al pagamento, alla conferma d'ordine e al tracking della spedizione, l'intero ciclo avviene in modalità digitale e automatizzata, senza intervento manuale del personale;
- Automazione della comunicazione post-acquisto: l'invio del tracking number al cliente è gestito automaticamente da Shopify al momento dell'evasione dell'ordine, eliminando la comunicazione telefonica o manuale tipica del canale fisico;
- Gestione digitale delle promozioni commerciali: la configurazione e l'attivazione di codici sconto avviene interamente attraverso il pannello di amministrazione Shopify, con piena autonomia operativa del personale, senza dipendenze tecniche esterne;
- Flusso automatizzato di recupero carrello abbandonato: attivato tramite Brevo CRM in integrazione con Shopify, intercetta gli utenti che non hanno completato l'acquisto e invia comunicazioni mirate senza intervento umano.

Innovazioni organizzative

- Adozione di un CRM strutturato (Brevo): per la prima volta l'impresa dispone di un sistema centralizzato per la raccolta, l'organizzazione e l'analisi dei dati clienti, trasformando la gestione delle relazioni commerciali da informale e personale a strutturata e data-driven;
- Segmentazione automatica della clientela: il CRM classifica automaticamente i clienti in cluster omogenei sulla base di comportamenti di acquisto e navigazione, consentendo campagne di marketing differenziate e mirate per segmento;

- Presidio digitale continuo tramite AI: il chatbot Chatbase assume il ruolo di primo punto di contatto digitale con i visitatori dello store, gestendo autonomamente le richieste di informazione di primo livello e riducendo il carico sugli operatori degli showroom;
- Scalabilità strutturale della piattaforma: l'architettura dello store è progettata per accogliere nel tempo nuove categorie di prodotto senza necessità di interventi tecnici significativi, garantendo continuità e flessibilità alla strategia commerciale digitale dell'impresa.

c. Descrizione dettagliata delle metodologie e delle soluzioni adottate per lo sviluppo delle nuove innovazioni di processo e organizzative introdotte

Le soluzioni tecnologiche adottate seguono un approccio SaaS (Software as a Service) cloud-native, scelto per garantire scalabilità, sicurezza, aggiornamenti automatici e totale autonomia gestionale da parte dell'impresa, senza necessità di infrastrutture IT proprietarie o competenze tecniche specialistiche.

Shopify – Piattaforma e-commerce

Shopify è la piattaforma SaaS cloud leader globale per l'e-commerce. Le configurazioni effettuate includono:

- Strutturazione del catalogo prodotti in categorie tematiche con schede prodotto complete (denominazione, immagini professionali, caratteristiche tecniche, varianti, prezzo e pulsante CTA);
- Configurazione del carrello acquisti con aggiornamento dinamico dell'importo totale e navigazione persistente dall'intestazione dello store;
- Attivazione di Shopify Payments con abilitazione di Visa, Mastercard, American Express, Maestro, Apple Pay e Google Pay;
- Configurazione del modulo codici sconto per la gestione autonoma di promozioni con soglie, scadenze e limiti di utilizzo;
- Attivazione del modulo di gestione ordini con invio automatico del tracking number al cliente via email al momento dell'evasione;
- Ottimizzazione della navigazione e dell'esperienza utente (UX) per dispositivi desktop e mobile, con struttura di homepage orientata alla conversione.

Brevo CRM – Marketing Automation e gestione clienti

Brevo è una piattaforma CRM e di marketing automation integrata con Shopify tramite connettore nativo. Le attività di configurazione hanno compreso:

- Sincronizzazione bidirezionale dei dati tra Shopify e Brevo (contatti, ordini, comportamenti di navigazione e acquisto);
- Configurazione del flusso di welcome email, attivato automaticamente alla registrazione di ogni nuovo utente;
- Configurazione del flusso di recupero carrello abbandonato, con invio automatico di email personalizzata dopo un intervallo di tempo definito;
- Impostazione delle regole di segmentazione automatica dei contatti sulla base di comportamenti e attributi;

- Configurazione delle funzionalità AI di Brevo per l'ottimizzazione dell'orario di invio e la personalizzazione progressiva dei contenuti.

Chatbase – Chatbot AI

Chatbase è una piattaforma no-code per la creazione di agenti conversazionali basati su modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM). L'integrazione ha previsto:

- Costruzione di una base di conoscenza personalizzata a partire dai contenuti dello store (catalogo, caratteristiche tecniche dei prodotti, politiche di spedizione e vendita, informazioni aziendali);
- Addestramento del chatbot per rispondere in modo pertinente e contestuale alle domande tipiche della clientela del settore degli infissi;
- Integrazione del widget di chat nel sito Shopify tramite snippet JavaScript, con accesso da tutte le pagine dello store;
- Personalizzazione del tono e dello stile comunicativo in coerenza con il brand Panoramika.

d. Descrizione delle eventuali soluzioni tecnico-logistiche adottate, finalizzate a favorire il lavoro delle persone disabili o la conciliazione lavoro/famiglia per le lavoratrici o per lavoratori in particolari condizioni discriminanti (ad es. malattie invalidanti, croniche, assenza per congedi parentali, ecc.)

L'intervento non ha previsto specifiche misure tecnico-logistiche dedicate al lavoro di persone disabili o a situazioni di conciliazione lavoro/famiglia, in ragione della natura interamente digitale delle attività realizzate e delle dimensioni dell'impresa.

Si evidenzia tuttavia che la natura cloud-based degli strumenti adottati – tutti accessibili via browser da qualsiasi dispositivo e in qualsiasi luogo – rende le attività di gestione dello store, del CRM e del chatbot pienamente compatibili con modalità di lavoro da remoto (smart working), favorendo in linea di principio la conciliazione tra esigenze lavorative e personali per i dipendenti dell'impresa, inclusi eventuali lavoratori in condizioni particolari.

> Le piattaforme adottate (Shopify, Brevo, Chatbase) sono accessibili da interfacce web standard e compatibili con tecnologie assistive (screen reader, navigazione da tastiera), in conformità ai principi di accessibilità digitale WCAG 2.1.

e. Descrizione degli investimenti realizzati e della loro distribuzione tra le imprese aderenti al Raggruppamento

Il progetto è stato realizzato da un unico soggetto beneficiario (Panoramika S.r.l., forma singola), pertanto non vi è distribuzione degli investimenti tra imprese aderenti a un raggruppamento. Tutti gli investimenti sono stati sostenuti e rendicontati direttamente dall'impresa beneficiaria a partire dal 1 maggio 2025 e fino al 30 aprile 2026.

f. Descrizione dei risultati ottenuti e dell'utilità industriale del progetto e capacità dello stesso di accrescere la competitività e lo sviluppo dell'impresa/imprese del raggruppamento

g. **Riepilogo dei risultati conseguiti**

Tutti gli obiettivi definiti in fase di candidatura sono stati integralmente conseguiti. La tabella seguente riepiloga gli interventi realizzati con le relative innovazioni introdotte:

Attività / Strumento	Tecnologia	Innovazione introdotta	Linea bando
E-commerce con catalogo strutturato	Shopify (SaaS)	Nuovo canale vendita digitale nazionale	Linea B
Carrello e processo di checkout	Shopify	Acquisto self-service 24/7	Linea B
Pagamenti digitali multi-metodo	Shopify Payments	Carte di credito + wallet digitali	Linea B
Gestione codici sconto	Shopify	Promozioni digitali autonome	Linea B
Tracking spedizione automatizzato	Shopify	Notifica email automatica post-ordine	Linea B
Marketing automation (welcome + carrello)	Brevo CRM	Flussi email comportamentali automatici	Linea B
Chatbot AI	Chatbase	Assistenza e consulenza digitale 24/7	Linea B
CRM con segmentazione e AI	Brevo CRM	Gestione strutturata relazioni clienti, campagne data-driven	Linea B
Personalizzazione esperienza utente	Shopify + Brevo + Chatbase	UX adattiva basata su comportamento	Linea B

Utilità industriale e impatto sulla competitività

L'intervento ha prodotto una trasformazione strutturale del modello commerciale di Panoramika su tre dimensioni fondamentali per la competitività delle PMI del settore degli infissi:

1. Accesso al mercato nazionale

L'e-commerce consente a un'impresa con rete distributiva regionale di raggiungere clienti su tutto il territorio italiano. Questo è particolarmente rilevante in un settore – quello degli infissi di qualità in misure standard – in cui la domanda è distribuita geograficamente ma l'offerta di distributori specializzati con presidio digitale è ancora limitata. La piattaforma Shopify rappresenta pertanto un vantaggio competitivo concreto e immediatamente sfruttabile.

2. Efficienza operativa e riduzione dei costi di processo

L'automazione del ciclo commerciale digitale (ordini, pagamenti, tracking, comunicazioni, marketing automation) riduce significativamente il tempo lavoro dedicato ad attività ripetitive e manuali, liberando risorse umane per attività a maggiore valore aggiunto: gestione delle relazioni con clienti professionali, sviluppo di nuove partnership con produttori, attività consulenziali negli showroom. In una struttura di PMI come Panoramika, questa efficienza ha un impatto diretto sulla produttività complessiva.

3. Capacità di fidelizzazione e sviluppo della base clienti

L'adozione del CRM Brevo integrato con funzionalità AI trasforma la gestione delle relazioni con i clienti da episodica e destrutturata a continua e misurabile. La segmentazione automatica, la personalizzazione delle comunicazioni e l'ottimizzazione delle campagne consentono a Panoramika di aumentare il tasso di fidelizzazione e il valore medio degli acquisti nel tempo, costruendo una base clienti digitale stabile e profilata. Il chatbot AI rafforza ulteriormente questa capacità, garantendo un presidio consulenziale continuo che aumenta la qualità percepita del servizio e differenzia l'offerta rispetto a concorrenti privi di strumenti digitali equivalenti.

In sintesi, il progetto ha accresciuto in modo strutturale e duraturo la competitività e le prospettive di sviluppo di Panoramika S.r.l., dotando l'impresa di un ecosistema digitale avanzato, scalabile e pienamente operativo, coerente con gli obiettivi dell'Avviso TRASFORMAZIONI e con la strategia regionale di digitalizzazione delle PMI pugliesi.

4. INVESTIMENTI REALIZZATI:

(indicare le spese totali sostenute nel corso del progetto)

B4 - Servizi per lo sviluppo e adozione di soluzioni e-commerce									
N.	Denominazione e ragione sociale soggetto beneficiario	Personale (€)	Strumentazione e attrezzature (€)	Competenze e Brevetti (€)	Sviluppo e registrazione brevetti (€)	Consulenza (€)	Altri costi (€)	Spese generali (€)	Totale (€)
1	Panoramika S.r.l.					36.000,00			36.000,00
2									
..									
	TOTALE								36.000,00

FIRMA DIGITALE CERTIFICATA

Apporre la Firma digitale certificata del Legale rappresentante della PMI/ capofila del Raggruppamento Beneficiario.

PANORAMIKA srl
Viale di Ponente, 55
71042 Cerignola (FG)
Partita IVA: 03702280719
SDI: M5UXCR1