

The background of the entire slide is a photograph of the interior of Antelope Canyon. The walls are made of smooth, undulating sandstone that has been eroded into flowing, wave-like shapes. The lighting is dramatic, with bright orange and red light streaming in from an opening in the distance, creating a strong contrast with the deep shadows in the crevices. The overall effect is one of natural beauty and depth.

sintra

IL WORKSHOP

Come scoprire e condividere le ragioni profonde di un cambiamento necessario

#FEELORANGE

Chi è Sintra



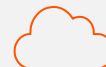
OLTRE 100 PERSONE

Oltre **20 anni** di storia con 100 persone tra Italia e Polonia



INTERNAZIONALE

Headquarters in Italia e Polonia, clienti dall' **Europa e USA**



COMMERCE & CLOUD

Sviluppo di soluzioni, processi e **modelli di business sostenibili**



OSSERVATORIO POLIMI

Partner Osservatorio Polimi



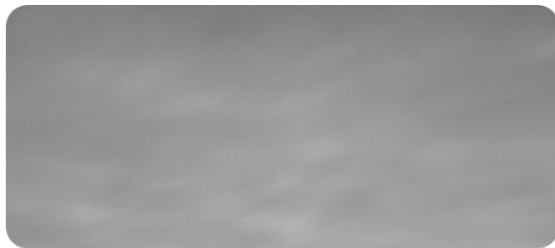
PARTNERS CHIAVE

Microsoft, Pimcore Liferay, Shopify



TECHITALIA

Community con **oltre 1000 sviluppatori** in Italia e Londra



Creiamo nuovi orizzonti

La forza delle idee.
L'efficienza del
progetto.
La continuità del
futuro.

Soluzioni Enterprise

Commercio Elettronico e
Gestione integrata dei
processi

Customer Experience



Sintra Experience

La nostra
esperienza
per i tuoi obiettivi

Workshop ed Assessment

I nostri esperti guidano l'azienda nell'analisi e nella definizione degli obiettivi di business, stimolando il confronto interno ai team di lavoro e individuando gli elementi che stanno alla base della necessità di cambiamento, così da poter strutturare scenari di improvement.

Delivery

È la fase di setup e sviluppo del progetto. In base alle esigenze emerse dalla fase di analisi preliminare, forniamo i servizi e i prodotti più funzionali, implementando le tecnologie necessarie per raggiungere gli obiettivi di business.

Support

Accompagniamo il cliente nel percorso post delivery, monitorando l'andamento del progetto, supportando i decision maker aziendali ed offrendo servizi a canone per manutenzione ed evolutive

Certificazioni

Grazie alle nostre certificazioni garantiamo il migliore supporto, anche nei progetti complessi dove è necessario mettere in campo più expertise per il raggiungimento dell'obiettivo.



Chi ci ha scelto

ALYSSA ASHLEY



Aboca



| SKIN
FIRST®

PINALLI



depuravita

MONNALISA®

KOCCA

MINI CONF

TWINSET
SIMONA BARBIERI

LUISAVIAROMA

SILVIAN HEACH

Velasca
MILANO

seven

aruba.it

ataf

Schneider
Electric

SNAI



Corriere dello Sport
SEMPLICEMENTE PASSIONE



Il Workshop

Cosa è un workshop Sintra

Un evento di gruppo animato da esperti Sintra in base ad una **metodologia proprietaria**

Obiettivi:

Scoprire le ragioni profonde di un **cambiamento necessario**

Allineare i gruppi di lavoro, aiutandoli a scegliere gli scenari di dettaglio per il cambiamento, a pianificare i **tempi** di intervento, le **modalità** e il conseguimento dei **benefici** attesi



Sessione Eye Opening

Le ragioni profonde del cambiamento, aspetti convergenti e divergenti

Sessione Scenari

Come cambiare? Con che ampiezza? Quale roadmap?

Sessione How To

Come realizzare gli scenari del cambiamento? Quali problemi affrontare?

Sessione Costi / Benefici

Quanto costa cambiare? Quali benefici sono attesi? Come conseguirli?

Sessione Planning

Quando è opportuno realizzare quali interventi per avere i benefici?

Perchè il **workshop** è fondamentale

SCOPRIRE IL BISOGNO DI CAMBIAMENTO

Cambiare è difficile e comprenderne le ragioni profonde aiuta nell'azione

ALLINEARE LE PRIORITÀ'

Capite le ragioni profonde, nel workshop si decide la priorità dei diversi interventi

ALLINEARE LE CONOSCENZE

Non tutti nel gruppo di lavoro entrano nel workshop con le stesse conoscenze ma tutti escono in modo omogeneo



DEFINIRE LE METODOLOGIE

Anche quando priorità e conoscenze sono coincidenti è necessario sapere che tutti usano gli stessi metodi

STABILIRE INSIEME LA ROADMAP

Il risultato finale del Workshop è sempre un Master Plan che guida nel dettaglio il cambiamento

CREATIVITÀ' E INNOVAZIONE

Nel mondo complesso di oggi, la creatività è un processo individuale mentre l'innovazione tende ad essere sempre più un processo di gruppo

Il processo del Workshop

Cosa faremo

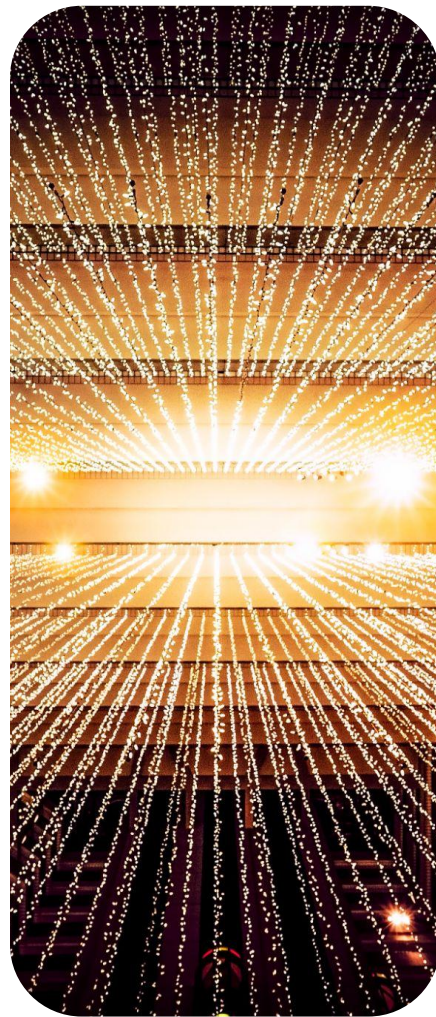


Quale workshop scegliere

Ti offriamo la tipologia di servizio più adatto alle tue esigenze

Abbiamo identificato dei percorsi ad hoc, volti a soddisfare bisogni specifici, per un sicuro raggiungimento degli obiettivi preposti

- Il workshop **Digital Native Brand**, per i progetti nativi digitali
- Il workshop **Omnicanalità e Modern Commerce**, per i progetti ecommerce e legati all'implementazione e all'ottimizzazione di flussi omnicanale
- Il workshop **Commerce Inside**, per i progetti di internalizzazione della vendita on line



IL WORKSHOP

Digital Native Brand

#FEELORANGE

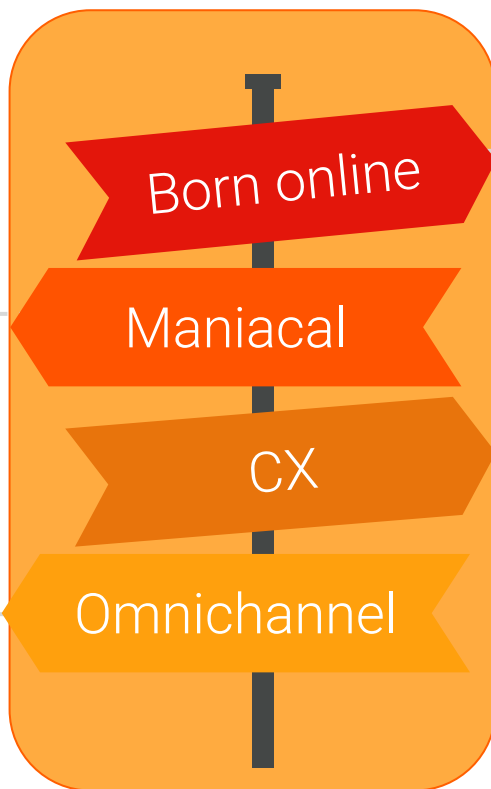
Cos'è un **Digital** Brand

FOCUS OMNICANALE

Di solito I DNB si occupano in dettaglio di aspetti specifici di business collegati ad un target molto bene identificato

OMNICANALE PER VOCAZIONE

Pur non avendo tutti dei punti fisici di appoggio I DNB hanno una vocazione multicanale o omnicanale che riguarda quasi sempre tutti i canali digitali



BUSINESS NATO ONLINE

Un Digital Native Brand (DNB) tipicamente è un'azienda che può essere la costola di un business tradizionale

CON FORTE ATTENZIONE ALL'ESPERIENZA COMPLESSIVA

Una delle caratteristiche distintive dei DVB è quella di essere capaci di produrre una Customer Experience unica ed inimitabile in quanto composizione studiata di numerosi elementi di processo

Obiettivi di dettaglio

- **Migliorare le performance** di vendita e tecniche
- **Aumentare il grado di autonomia** nella gestione della piattaforma
- **Introdurre sistemi** digitali innovativi



- **Definire gli elementi del progetto** e capire quali sono i requisiti fondamentali
- **Fare chiarezza sulle soluzioni** tecnologiche più adatte alle esigenze di business
- **Definire gli elementi fondanti** del business plan
- **Definire la roadmap** di progetto



Com'è fatto il workshop sul Digital Brand

Come si sviluppa il workshop? Quali sono le finalità?

Contenuti del Workshop:

- Ci confronteremo insieme su come **ideare, progettare, far nascere e crescere un brand** digitale
- Analizzeremo insieme quali sono i **fattori di successo** di brand digitali (competitor e non)
- Individueremo insieme ed in **modo interattivo** i fattori di successo che dovranno comporre il modello di business del brand

Obiettivi del Workshop:

- **Definire le componenti** strategiche del modello di business del nuovo brand
- **Allineare i team** di lavoro
- **Definire il contesto** e analizzare brevemente la concorrenza
- **Definire** a grandi linee **le fasi della crescita** e del progetto

IL WORKSHOP

Omnicanalità e Modern Commerce

#FEELORANGE

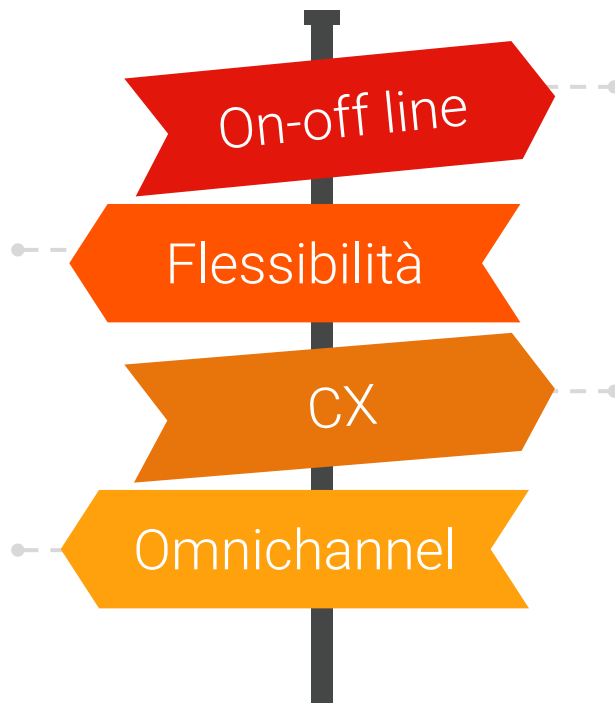
Cos'è il **Modern Commerce**

TECNOLOGIA FLESSIBILE

I modern commerce sono caratterizzati da un'architettura tecnologica flessibile e scalabile per favorire il business

OMNISCANALE PER VOCAZIONE

I modern commerce che funzionano hanno una vocazione multicanale o omniscanale che garantisca un'esperienza on-off line



OBIETTIVI CHIARI

Nel contesto competitivo dei modern commerce uno dei fattori critici di successo è avere degli obiettivi ben chiari da raggiungere.

FORTE ATTENZIONE ALL'ESPERIENZA COMPLESSIVA

Una delle caratteristiche distintive dei modern commerce è quella di essere capaci di produrre una Customer Experience personalizzata che possa ingaggiare l'utente nel processo d'acquisto.



Cos'è il Modern Commerce

In uno scenario che si focalizza sempre di più sull'ottimizzazione di soluzioni di vendita online, diventa fondamentale riuscire ad inserirsi nel mercato in modo efficace e competitivo per garantire gli obiettivi di vendita e distinguersi dai competitor.

Il Workshop Modern Commerce è un incontro e confronto che ha lo scopo di guidare il cliente nella definizione di scenari di business e dell'architettura tecnologica funzionale alla loro implementazione.

Portare all'attenzione gli obiettivi di business collegandoli ai bisogni dell'utente sfruttando al meglio le potenzialità degli strumenti ecommerce grazie anche al supporto di una strategia online e offline a 360°.

Obiettivi e Bisogni di dettaglio

- **Flessibilità e scalabilità** tecnologica
- **Aumentare il grado di autonomia** nella gestione della piattaforma
- **Migliorare le performance** di vendita e tecniche
- **Definire i costi** della piattaforma in termini di investimento



- **Definire gli elementi del progetto** e capire quali sono i requisiti fondamentali
- **Fare chiarezza sulle soluzioni** tecnologiche più adatte alle esigenze di business
- Chiarire il rapporto **costi/benefici**
- **Definire la roadmap** di progetto

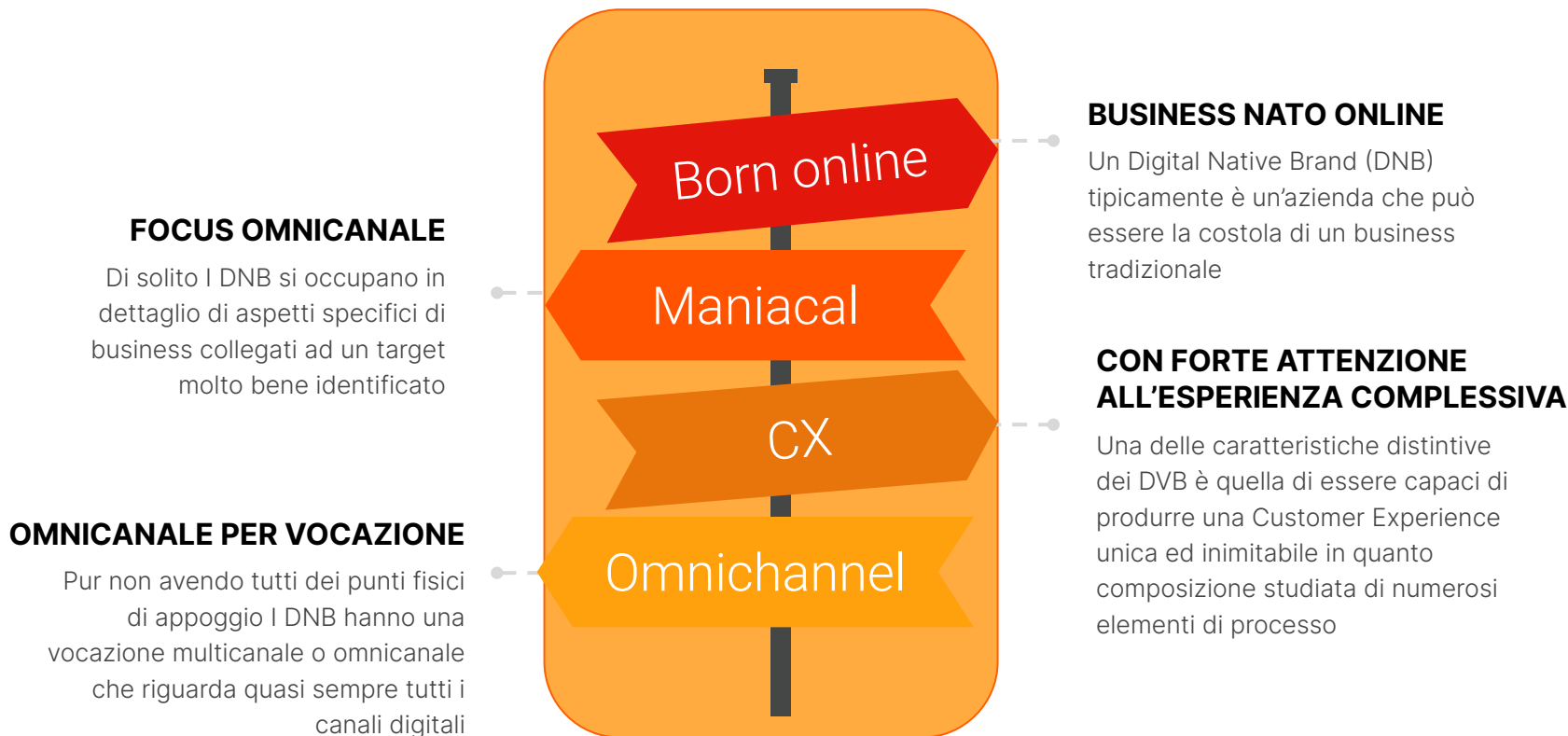


IL WORKSHOP

Commerce Inside

#FEELORANGE

Cosa significa **internalizzare** l'ecommerce



Obiettivi di dettaglio

- **Migliorare le performance** di vendita e tecniche
- **Aumentare il grado di autonomia** nella gestione della piattaforma
- **Introdurre sistemi** digitali innovativi



- **Definire gli elementi del progetto** e capire quali sono i requisiti fondamentali
- **Fare chiarezza sulle soluzioni** tecnologiche più adatte alle esigenze di business
- **Definire gli elementi fondanti** del business plan
- **Definire la roadmap** di progetto



Com'è fatto il workshop eCommerce Inside

Come si sviluppa il workshop? Quali sono le finalità?

Contenuti del Workshop:

- Ci confronteremo insieme su come **ideare, progettare, far nascere e crescere un brand** digitale
- Analizzeremo insieme quali sono i **fattori di successo** di brand digitali (competitor e non)
- Individueremo insieme ed in **modo interattivo** i fattori di successo che dovranno comporre il modello di business del brand

Obiettivi del Workshop:

- **Definire le componenti** strategiche del modello di business del nuovo brand
- **Allineare i team** di lavoro
- **Definire il contesto** e analizzare brevemente la concorrenza
- **Definire** a grandi linee **le fasi della crescita** e del progetto

Come si svolge il workshop

Temi, sviluppo ed agenda

Durata totale

4 ore

Modalità di svolgimento

Online o frontali

Team Coinvolti

Team Strategy Sintra

- Eye opening POLIMI:
- Introduzione: cos'è un Digital Brand b2c, variabili della competitor analysis e metodologia di ricerca
- presentazione dei fattori chiave di successo dei digital brand di settore e delle strategie attualmente presenti online
- presentazione del comportamento del consumatore digitale
- Presentazione Analisi 3 principali competitors e analisi differenziali
- momento interattivo in cui si definiranno i fattori necessari alla costruzione del brand



Come si svolge il workshop

- lorem ipsum
- lorem ipsum
- lorem ipsum

Temi, sviluppo
ed agenda

Durata totale

4 ore

Modalità di svolgimento

Online o frontali

Team Coinvolti

Team Strategy Sintra



Output del workshop

Cosa ti porterai a casa

- **Materiale** proiettato durante il Workshop
- **Risultati** del momento interattivo del Workshop
- **Highlights** risultanti dal workshop: definizione dei fattori chiave di successo della costruzione del brand, da sviluppare nelle fasi successive del progetto.
- **Analisi** differenziale e attività conseguenti
- **Masterplan** progetto
- **Next steps**





Dettagli Proposta Workshop

Budget
9.000€

Next Step:

1. Definizione Data Workshop
2. Accettazione proposta
3. Kickoff di progetto
4. Raccolta informazioni e materiali di preparazione Workshop



Dettagli Proposta Workshop

Budget
9.000€

Next Step:

1. Definizione Data Workshop
2. Accettazione proposta
3. Kickoff di progetto
4. Raccolta informazioni e materiali di preparazione Workshop

S



**SINTRA
DIGITAL**

STORIES

Ambito di progetto

Sviluppare l'architettura tecnologica migliore per supportare l'internalizzazione della gestione dell'e-commerce

Sfida di progetto



Workshop Goals

- Conoscersi
- Allineamento delle conoscenze sul progetto
- Definire le priorità
- Comprimerne i problemi e le criticità
- Provare a trovare soluzioni in tempo reale
- Roadmap e proposta specifica di progetto (Output del Workshop a 10 giorni dall'incontro)
- Avviare il progetto senza problemi irrisolti

Ambito di progetto

Sviluppare l'architettura tecnologica migliore per supportare l'internalizzazione della gestione dell'e-commerce

Sfida di progetto



Workshop Goals

- Conoscersi
- Allineamento delle conoscenze sul progetto
- Definire le priorità
- Comprimerne i problemi e le criticità
- Provare a trovare soluzioni in tempo reale
- Roadmap e proposta specifica di progetto (Output del Workshop a 10 giorni dall'incontro)
- Avviare il progetto senza problemi irrisolti