



# IL WORKSHOP

Come scoprire e condividere le ragioni profonde di un cambiamento  
necessario

#FEELORANGE

# Chi è Sintra



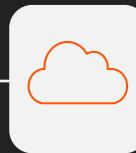
## OLTRE 100 PERSONE

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

MINICONF

TWINSET  
SIMONA BARBIERI

LUISAVIAROMA

SILVIAN HEACH

*Velasca*  
MILANO

**seven**

aruba.it

**ataf**

Schneider  
Electric

**snai**



**Corriere dello Sport**  
SEMPLICEMENTE PASSIONE

# III 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

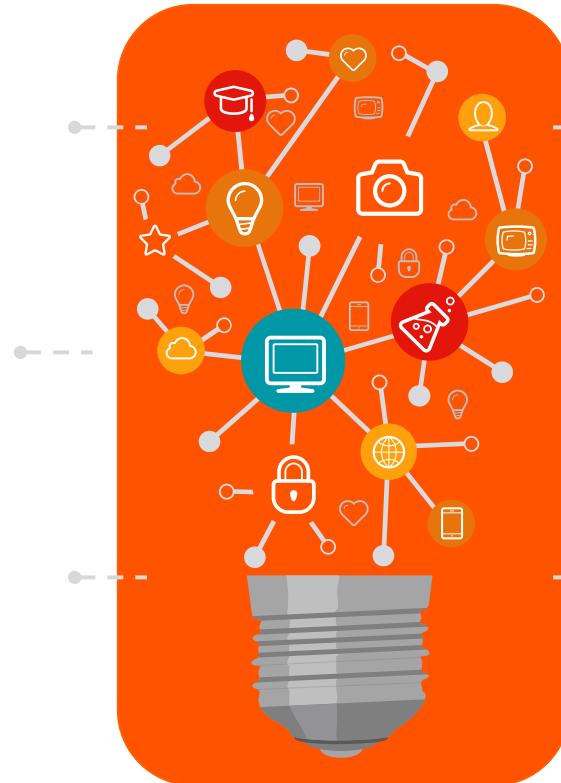
Cambiare è difficile e comprenderne le ragioni profonde aiuta nell'azione

## ALLINEARE LE PRIORITY'

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

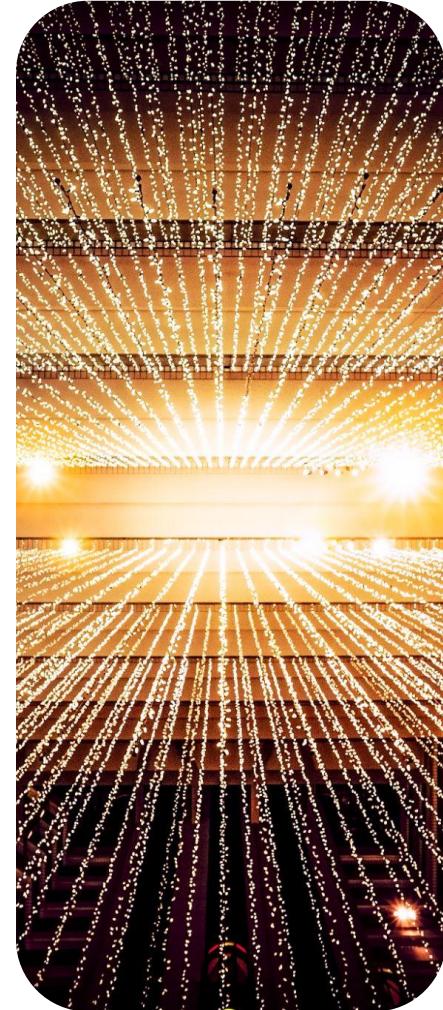


# Quale workshop scegliere

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

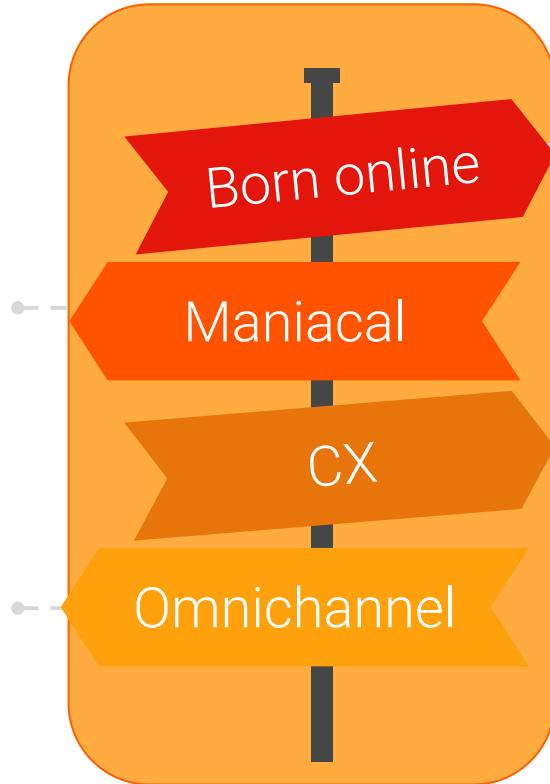
# Cos'è un Digital Brand

## 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 DNB 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

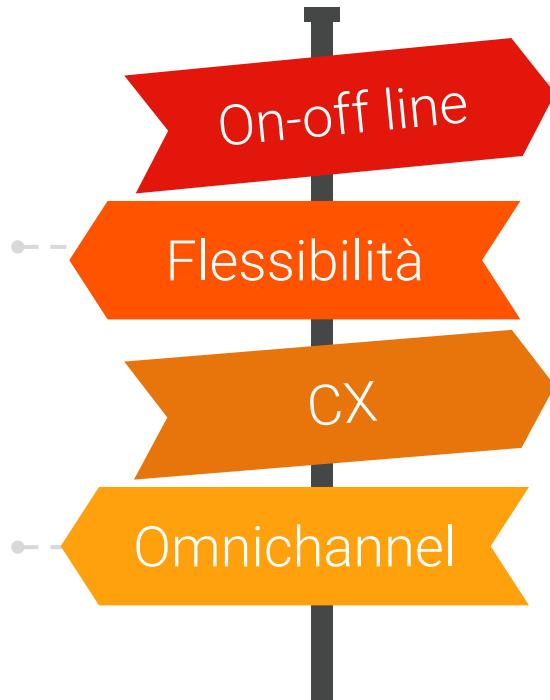
# Cos'è il Modern Commerce

## TECNOLOGIA FLESSIBILE

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

## OMNICANALE PER VOCAZIONE

I modern commerce che funzionano hanno una vocazione multicanale o omnicanale 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

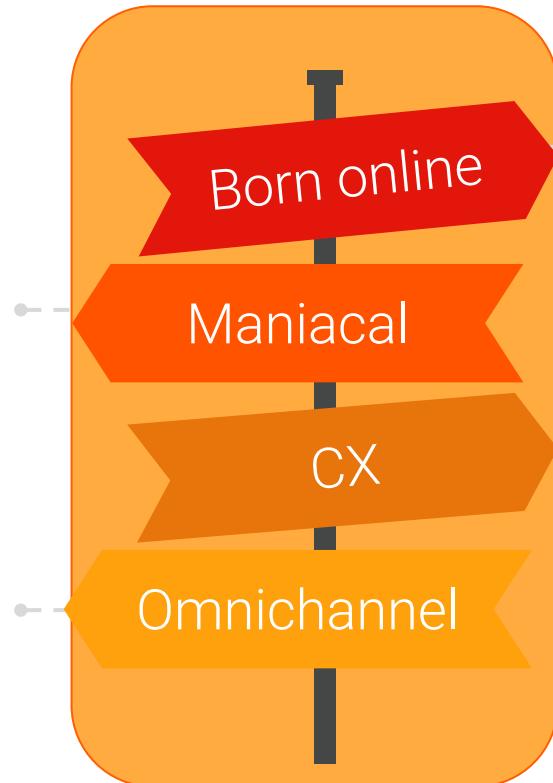
# Cosa significa **internalizzare** l'ecommerce

## 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 DNB 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 eCommerce e 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 differen
- momento interattivo in cui si definiranno i fattori necessari alla costruzione del brand



# Come si svolge il workshop

Temi, sviluppo ed agenda

**Durata totale**

4 ore

**Modalità di svolgimento**

Online o frontali

**Team Coinvolti**

Team Strategy Sintra

- lorem ipsum
- lorem ipsum
- lorem ipsum



# Output del workshop

Cosa ti porterai a casa

- **Materiale** progettato 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  
S  
—

SINTRA  
DIGITAL  
STORIES

The background of the text features a vibrant, abstract illustration of ink swirling and mixing in water. The colors transition from deep teal and green on the left to bright yellow and orange on the right, creating a dynamic, fluid effect that complements the theme of digital stories.

# Ambito di progetto

Sviluppare l'architettura tecnologica migliore per supportare l'internalizzazione della gestione dell'ecommerce

## Sfida di progetto



## Workshop Goals

- Conoscersi
- Allineamento delle conoscenze sul progetto
- Definire le priorità
- Comprenderne 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'ecommerce

## Sfida di progetto



## Workshop Goals

- Conoscersi
- Allineamento delle conoscenze sul progetto
- Definire le priorità
- Comprenderne 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