



**UNIVERSITÀ**  
**di VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**



# LO SVILUPPO DEI CONTENUTI

**Alessandro Zardini** - *Università degli Studi di Verona*  
**Sabina de Pinto** - *Università degli Studi di Verona*



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

[WWW.SMALAWI.IT](http://WWW.SMALAWI.IT)

# APP SMA.LA.WI.



Cantine

C

CA' RUGATE  
VITICOLTORI  
IN SOAVE E VALPOLICELLA

Ca' Rugate

AZIENDA AGRICOLA  
CAVALCHINA

Cavalchina

G

CANTINA



Vini

C



Campo Sireso - IGT

Ottella



Cà Nova - IGT

Gorgo

VINO



CA' RUGATE  
VITICOLTORI  
IN SOAVE E VALPOLICELLA

Vigneti



Iscri sottozona del vigneto Studio

Iscri è una località della sottozona Tenda, caratterizzata da colline di altitudine media tra i 100 m e i 170 m con esposizioni prevalenti ad est. È un ...

VIGNETI

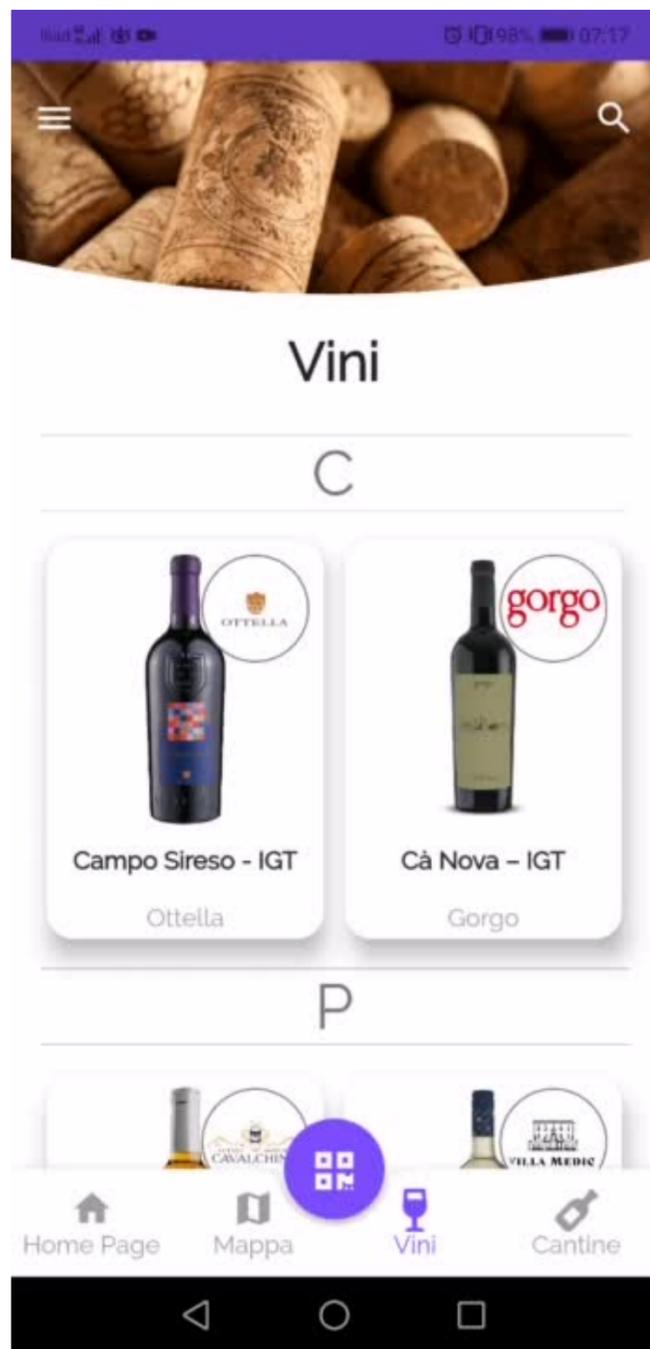
# SEZIONE VINO



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

WWW.SMALAWI.IT

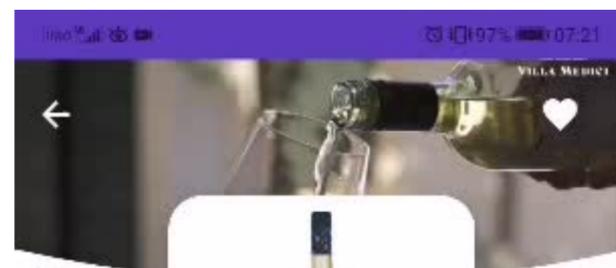
# SEZIONE CANTINA



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

WWW.SMALAWI.IT

# SEZIONE VIGNETI E VINIFICAZIONE

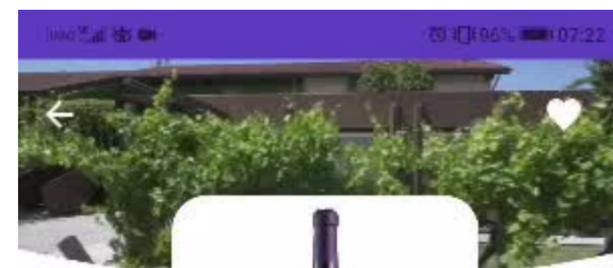
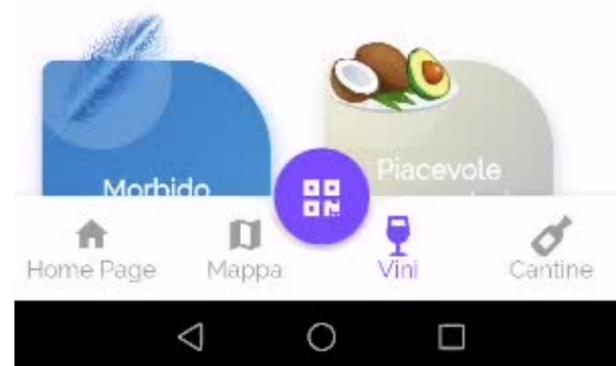


## Primizia - IGT

### Descrizione

Il vino Primizia IGT viene preparato da un'attenta selezione delle uve più mature e aromatiche appartenenti principalmente ai seguenti uvaggi: Trebbian Toscano, Garganega, Cortese e Incrocio Manzoni. Queste uve crescono nei vigneti..

### Sapori



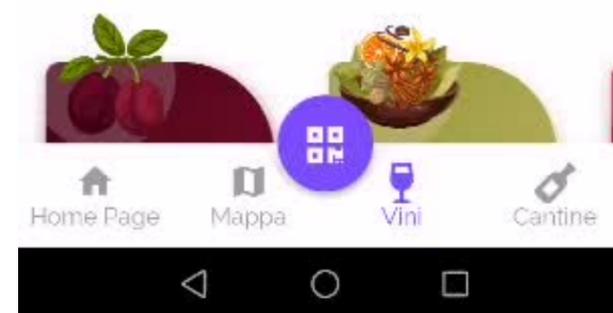
## Campo Sireso - IGT

*È raccontare il connubio tra passione, arte, modernità e tradizione nel vino esclusivamente di Ottella.*

### Descrizione

Campo Sireso è un vino rosso prodotto nel territorio del Lugana (Alto Mincio IGT) con le uve del merlot (35%), corvina veronese (40%) e cabernet sauvignon (25%). Mediamente producono 25000 bottiglie all'anno. La..

### Sapori



UNIVERSITÀ  
di VERONA  
Dipartimento  
di ECONOMIA AZIENDALE

WWW.SMALAWI.IT

# CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM)

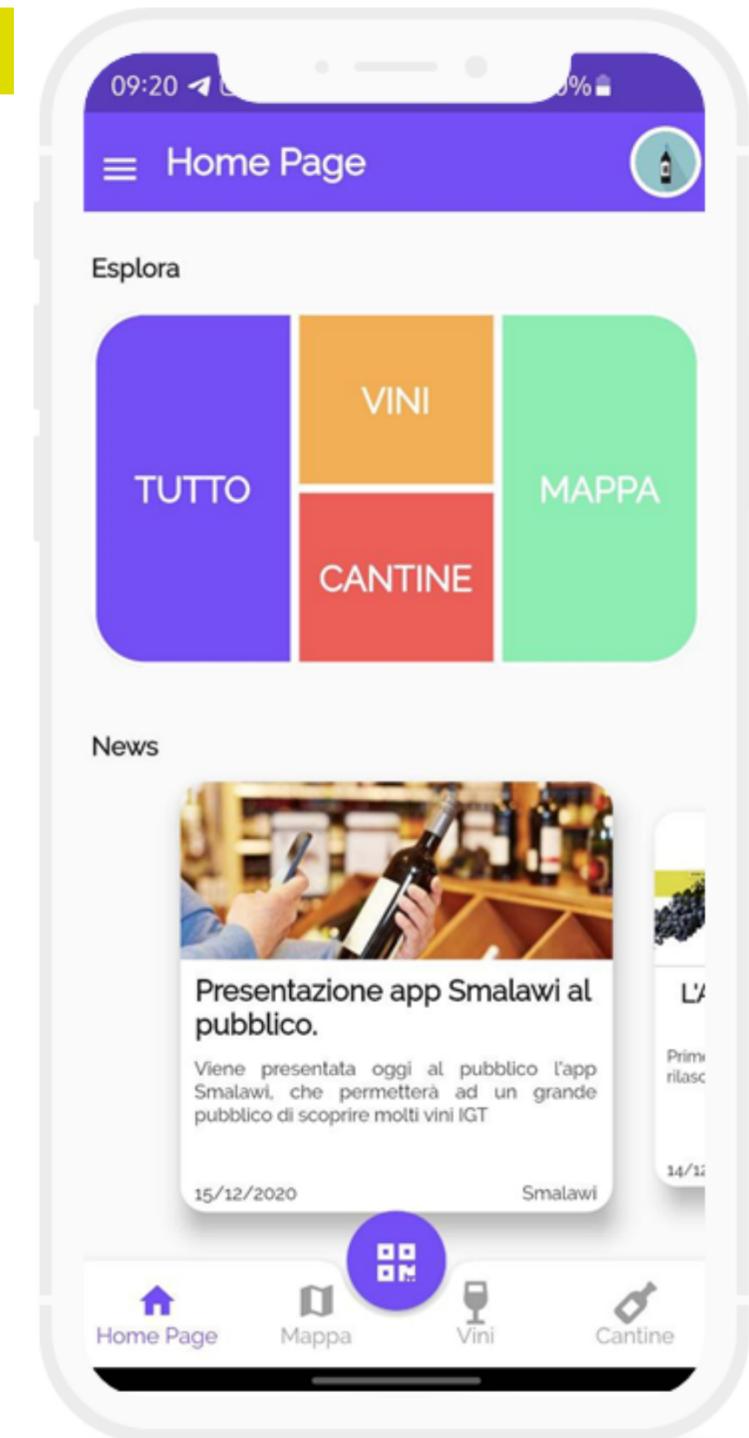
The image shows a screenshot of the SMA.LA.WI. CMS interface. The top navigation bar includes a menu icon, the SMA.LA.WI. logo, a toggle switch, and a refresh icon. The main content area is titled 'Cantine' and features a breadcrumb trail: Home | Contenuti | Cantine. On the left, a sidebar contains 'Contenuti' and 'Utenti' sections. The 'Contenuti' section lists 'Cantine', 'Vini', 'Vigneti', and 'News', with 'Cantine' circled in yellow and labeled '1. SEZIONI'. The main content area has a 'Filtri' section with a 'Lingua' filter (circled in yellow and labeled '2. LINGUA') containing 'Inglese' and 'Italiano' buttons, and an 'Imposta' button (circled in yellow and labeled '3. IMPOSTA'). A 'Cantina' dropdown menu is set to 'Tutto'. Below the filters, there is an 'Aggiungi +' button and a grid of wine-related content, including logos for 'CA' RUGATE VITICOLTORI IN SOAVE E VALPOLICELLA', 'AZIENDA AGRICOLA CAVALCHINA', and 'gorgo'. The website URL 'WWW.SMALAWI.IT' is visible in the bottom right corner.

# INFORMAZIONI PER IL CLIENTE

- Scansionare i QR code
- Mostrare informazioni sul vino
- Mostrare informazioni sulle cantine
- Mostrare informazioni dettagliate sui vigneti
- Mostrare le attività prenotabili presso le cantine



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**



WWW.SMALAWI.IT

# INFORMAZIONI PER L'AZIENDA

- *Fascia di età*
- *Località della scansione*
- *Sesso dell'utente*
- *Interessi*
- *Metriche di utilizzo dell'applicazione*



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

[WWW.SMALAWI.IT](http://WWW.SMALAWI.IT)

# RACCOLTA, ANALISI E UTILIZZO DEI DATI

## PRINCIPALI OBIETTIVI

- Verifica delle informazioni di “base”
- Verifica delle informazioni “peculiari”
- Verifica dei KPI connessi con le informazioni di “base” e “peculiari”



**UNIVERSITÀ  
di VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

# RISULTATI ATTESI DALL'ANALISI DEI DATI

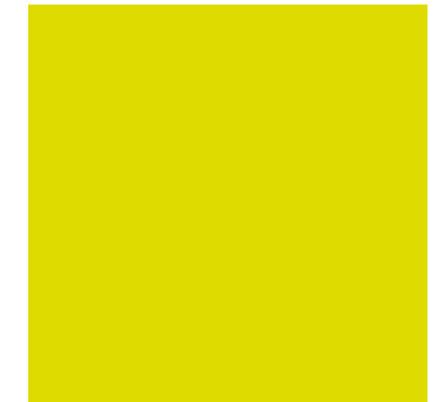
Ottere informazioni utili sul processo di acquisto e riposizionamento del prodotto e/o brand aziendale



Avere maggiori informazioni relative al cliente e miglioramento della strategia commerciale



Migliorare la fidelizzazione del cliente ed i servizi post-vendita



# PERCHÉ USARE I DATI

## Analisi organizzativa e di mercato

- Target Analysis
- CRM
- Market basket analysis
- Cross selling
- Market segmentation
- Controllo di gestione
- ...

## Altre analisi

- Web/Social analytics
- Text mining
- ...

## Risk Analysis e gestionale

- Customer retention
- Quality control
- Competitive analysis
- ...

Reporting → Analisi del passato

Predictive analysis → «Analisi» del futuro



# LA BI PER IL REPORTING - VEDIAMO IL PASSATO

- Quanti prodotti X abbiamo venduto in Y nel mese Z?
- Quanti prodotti X abbiamo venduto in Y nel mese Z sono stati pagati?
- Quanti sono i crediti inesigibili per area geografica e cluster cliente?

....

## Dati eterogenei non aggregati:

- Gestionale/ERP
- CRM
- Excel, XML, ...
- Web /Social
- eCommerce

Entropia  
→



BI  
→

① Ricavi per Tempo

