Progetto **Aroma** presenta il webinar

ON PAGE®

Switch on your product data

Il primo PIM per il marketing



Mercoledì 28 ottobre 2026

I relatori

INTRODUZIONE

Daniele Diversi

Responsabile commerciale e marketing



Progetto Aroma

INTRO E DEMO ON PAGE®

Massimo Zaffalon

Partner Manager



On Page®

CASO AZIENDALE

Angiolina Puglia

Communication Manager



Lanzi Group

Programma dell'incontro

01

02

03

04

01

La buona gestione dei dati in azienda

Daniele Diversi,
Progetto Aroma

02

Intro e Demo di On Page®

Esempi pratici sulle principali funzionalità

03

Un caso aziendale

Raccontato dalle figure coinvolte nel progetto

04

Domande & Risposte

I relatori rispondono ai presenti

⏱ **Durata prevista: circa 1 ora**

Progetto **Aroma**

01

Due parole su di noi…

Progetto **Aroma**

La web agency di Faenza che unisce **sviluppo web**, **marketing** e **formazione**.

Il nostro approccio è **consulenziale** e **personalizzato**: partiamo dall'analisi delle esigenze, scegliamo le giuste soluzioni e le manteniamo nel tempo.

2000

Anno di fondazione

25+

Anni di esperienza sul web

Faenza (RA)

Al servizio delle aziende in Romagna e oltre

Oltre venticinque anni di lavoro, in numeri

200+

Clienti attivi

500+

Progetti svolti

960

Ore di formazione nell'ultimo anno

Progetto **Aroma**

Le nostre quattro aree di servizio

Puoi partire da una sola area o affidarci l'intero percorso: le competenze sono interne e lavorano insieme.



Siti Web

Siti moderni, e-commerce, domini e hosting.

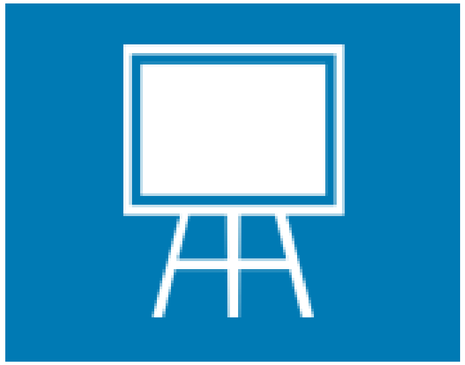
Web Marketing

AI Visibility, SEO e SEM, social, contenuti, e-mail marketing.



Applicazioni Web

CRM, gestione documentale, strumenti collaborativi.



Formazione

Docenza in aula e consulenza strategica.

Si sono affidati a noi

UNIEC
We work for your results

TECNOVA

GRUPPO COFRA

FONDERIA MORINI

MEDILAB PD
REHABILITATION TECHNOLOGIES

BACCARINI
consulente immobiliare

LAGHI

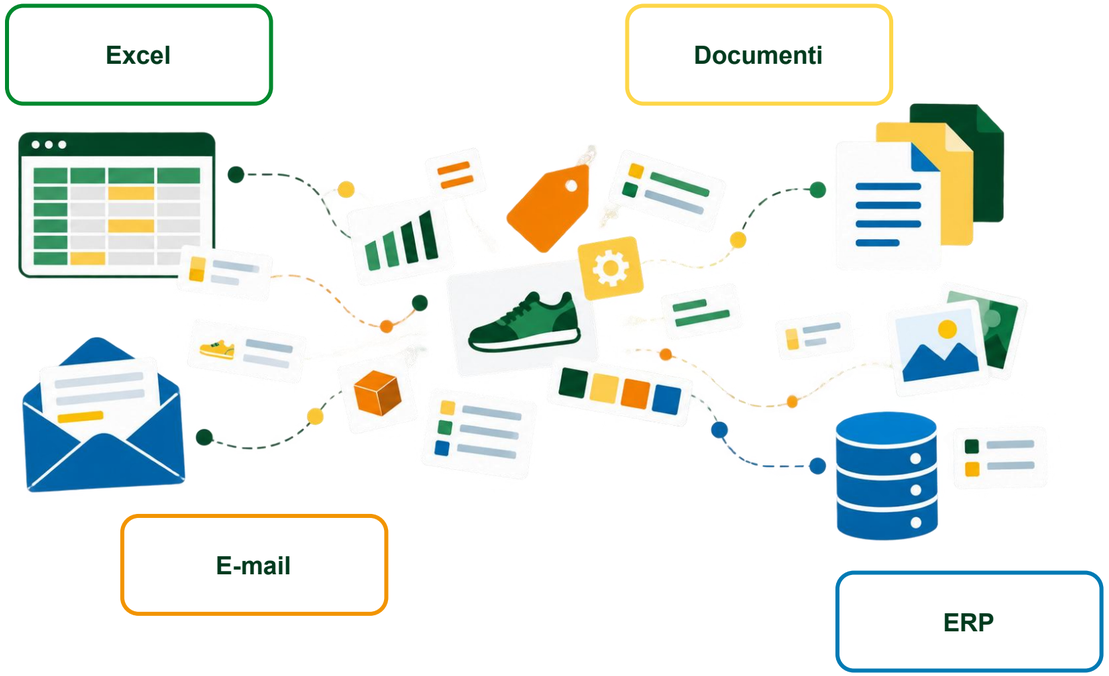
Lanzi GROUP SINCE 1978

02

La buona gestione dei dati in azienda

Scenario diffuso:
Informazioni di prodotto disperse

DOVE VIVONO OGGI



COSA SI RISCHIA

Perdita di controllo
Informazioni non governate

Duplicazioni
Versioni diverse dello stesso dato

Brand meno coerente
Comunicazione più complessa

I NUMERI DEL PROBLEMA

Dati dispersi, tempo sottratto al lavoro

Tre indicatori da ricerche su lavoratori e processi aziendali

FRAMMENTAZIONE DELLE FONTI

65%

gestisce informazioni in più di una posizione

RICERCA DI INFORMAZIONI

41%

dedica oltre 10 minuti al giorno alla ricerca

OPPORTUNITÀ DI EFFICIENZA

4,9 h

a settimana potenzialmente recuperabili

Fonti: M-Files (2022), “6 Ways Intelligent Information Management Streamlines…” | Asana (2023), Anatomy of Work Global Index

Prima i dati,
poi gli strumenti

“Prima ancora della tecnologia, c'è una base fondamentale da costruire:

avere informazioni aziendali organizzate, aggiornate e facilmente governabili.”

Intelligenza artificiale

Testi e contenuti affidabili solo se lo sono i dati di partenza

Applicazioni esterne

E-commerce, marketplace e cataloghi si integrano con dati strutturati

Automazione

Un dato aggiornato una volta, distribuito ovunque

APPROFONDIMENTO

Le caratteristiche di un dato di qualità



01

Completo

Ogni prodotto ha tutti gli attributi che servono ai canali: descrizioni, misure, immagini, documenti

02

Coerente

Stessi nomi, unità di misura e formati per tutti i prodotti e in tutte le lingue

03

Univoco

Un codice identifica un solo prodotto e ogni informazione esiste in un solo posto

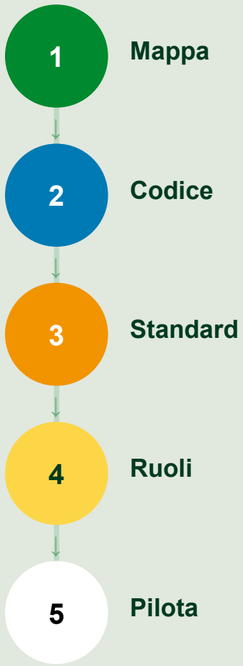
04

Aggiornato

Le modifiche si fanno una volta sola e arrivano subito a tutti i canali

CONSIGLI PRATICI

Cinque passi per mettere ordine nei dati



Parti da una linea di prodotto, poi scala.

01 **Mappa le fonti**

Elenca dove si trovano oggi le informazioni e chi le gestisce

02 **Scegli un codice univoco**

Lo stesso identificativo di prodotto in ERP, sito e cataloghi

03 **Definisci uno standard**

Attributi, categorie, unità di misura e regole condivise

04 **Assegna le responsabilità**

Chi inserisce, chi verifica, chi approva ogni tipo di dato

05 **Parti da un perimetro piccolo**

Una linea di prodotto alla volta, poi estendi il metodo

SUGGERIMENTI

Da fare e da evitare

DA FARE ✓

- ☑ Separare il dato tecnico dal testo di marketing
- ☑ Dare nomi chiari e descrittivi a file e immagini
- ☑ Tenere traccia di chi modifica cosa e quando
- ☑ Rivedere periodicamente i dati incompleti

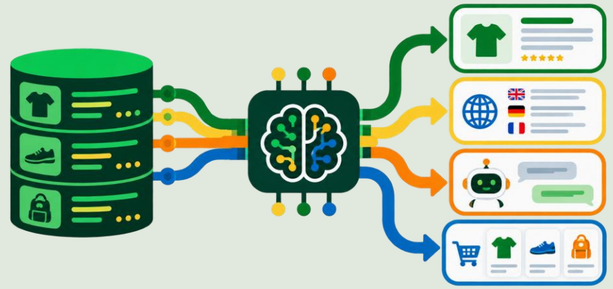
DA EVITARE !

- ☒ Copie dello stesso file Excel su più computer
- ☒ Informazioni chiave scritte solo nelle e-mail
- ☒ Campi liberi dove servirebbe un elenco di valori
- ☒ Affidare all'AI dati non verificati

Regola chiave: definire standard e responsabilità prima di automatizzare.

DATI E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

La differenza la fanno sempre i dati

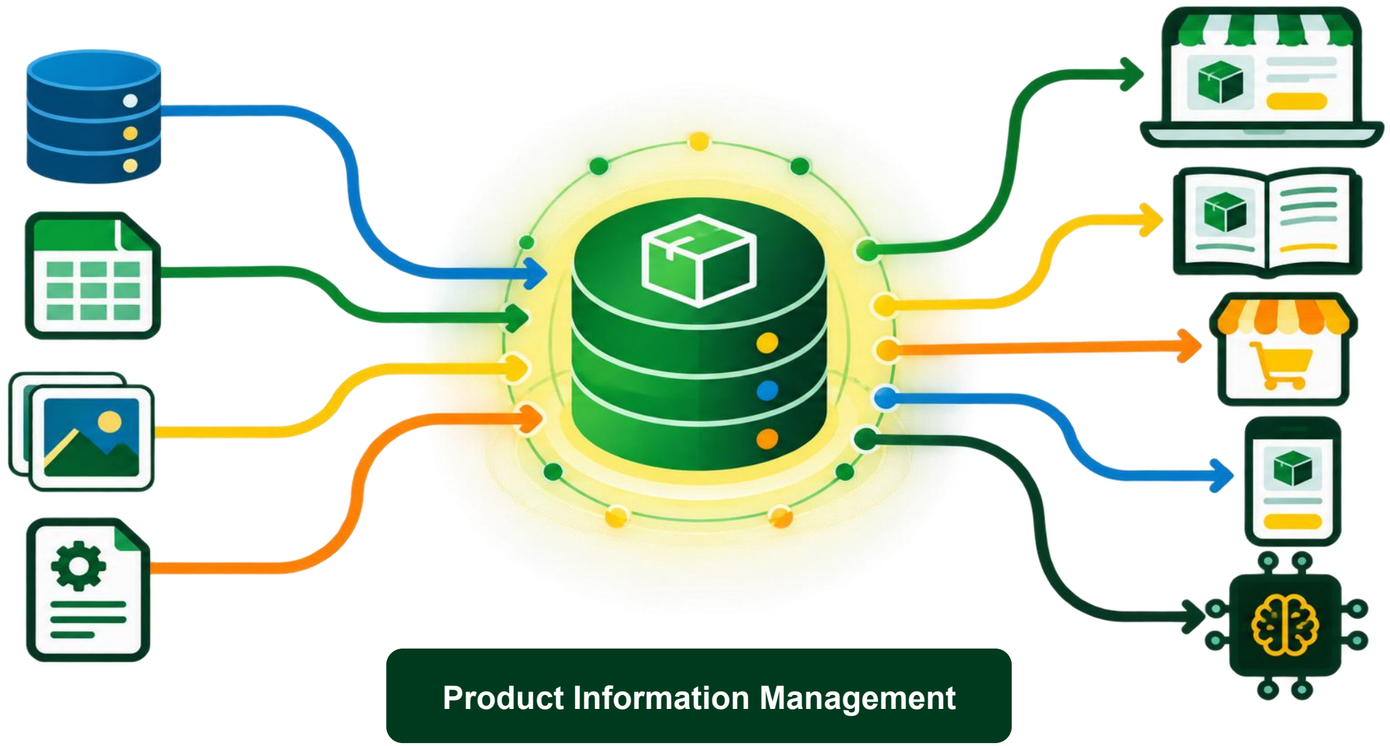


APPLICAZIONE AI	CON DATI DISORDINATI	CON DATI DI QUALITÀ
Generazione di testi	Descrizioni generiche, caratteristiche inventate	Schede precise, basate sugli attributi reali
Traduzioni	Terminologia diversa da lingua a lingua	Glossario coerente su tutti i mercati
Assistenti e chatbot	Risposte vaghe o in contrasto tra loro	Risposte affidabili su prodotti e compatibilità
Ricerca e raccomandazioni	Prodotti difficili da trovare e da confrontare	Filtri e suggerimenti pertinenti

Una risposta concreta:
il PIM, una sola fonte di verità

FONTI

- Excel e listini
- ERP
- Immagini e documenti
- Schede tecniche



Product Information Management

CANALI

- Sito / e-commerce
- Cataloghi e listini
- Marketplace e app
- Strumenti di AI

I vantaggi di una gestione strutturata

01

Processi più efficienti

02

Meno errori e duplicazioni

03

Contenuti distribuiti bene su tutti i canali

Il futuro della *trasformazione digitale* passa anche dalla qualità e dalla centralizzazione dei dati aziendali