

# “Omnichannel Product Experience” con Liferay DXP.

Il prodotto al centro di una  
nuova strategia  
di Digital Evolution.

Raccontiamo l'esperienza Maschio Gaspardo,  
dai need alla nuova picture.

**Adacto** | **a'acent** ×  **Liferay**

“Omnichannel Product Experience” con Liferay DXP.

## I need

“L’obiettivo principale dell’azienda era garantire la correttezza e la centralità del dato. Era necessario ottenere un’unica fonte di aggiornamento, con un processo strutturato che coinvolgesse tutti i principali attori aziendali”

*Paolo Failli*

ADACTO | ADIACENT  
SALES DIRECTOR



Per Maschio Gaspardo, gruppo internazionale leader nella produzione di attrezzature agricole, abbiamo disegnato uno scenario evolutivo che prevedeva l’introduzione di 2 sistemi logici, una DXP per veicolare le esperienze, che rappresenta il componente primario per la costruzione dell’ecosistema digitale dell’azienda, un sistema di PIM per la gestione dei cataloghi prodotto e un unico grande repository organizzato.

Maschio Gaspardo aveva quindi l’esigenza di integrare i sistemi esistenti e gestire il flusso di dati dei prodotti in maniera univoca, in modo da comunicare agilmente e coerentemente i propri cataloghi tramite tutti i touch point aziendali. Non ultimo l’onboarding e le attività di people engagement.

La sfida più grande sapevamo fosse quella di governare l’intero ciclo di vita del dato con un’architettura moderna e scalabile ed [esporre le informazioni secondo viste molteplici e variabili, in relazione a finalità, contenuti, target e media diversi.](#)



“Omnichannel Product Experience” con Liferay DXP.

## La soluzione Liferay



“Come può migliorare un progetto già di successo?  
Sfruttando al massimo lo strumento esistente, pensando magari ad una nuova intranet, un portale HR e/o ottimizzare ancora di più i costi, crescendo in direzione Paas o Saas”

*Riccardo Caflisch*  
LIFERAY  
CHANNEL ACCOUNT MANAGER

Liferay DXP è una soluzione completa e flessibile, poichè racchiude al suo interno funzionalità tipiche di prodotti e-commerce, di portali e di gestione dei contenuti e quindi è in grado di soddisfare esigenze e creare esperienze personalizzate sia in ambito B2B, B2C e B2E. La soluzione può essere declinata secondo le esigenze specifiche del cliente, e quindi installata su macchine aziendali, su cloud di terzi parti o sullo spazio cloud proprietario di Liferay.

Un punto di forza della soluzione è la possibilità di coprire tutta l'intera customer journey, creando siti, pagine di atterraggio, fornire dei listini digitali e dei forum di supporto per poter coinvolgere a 360 gradi l'utente e guidarlo verso la conversione. Liferay DXP è in grado di gestire anche strumenti di condivisione della conoscenza, tracking degli ordini e le subscription.

“Omnichannel Product Experience” con Liferay DXP.

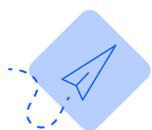
## Il risultato



Ottimizzazione dei tempi  
nella produzione catalogo  
prodotti: da 8 Mesi a 2/4 mesi



Gestione da 4  
a 13 lingue



Eliminazione degli errori



Tracciabilità  
delle informazioni



Azzeramento della stampa  
dei cataloghi cartacei



Ottimizzazione lato HR  
e allocazione risorse

“Omnichannel Product Experience” con Liferay DXP.

# let's talk

→ [adiacent.com](https://adiacent.com)

**Adacto** | **adiacent** ×  **Liferay**

DISCLAIMER COPYRIGHT 2023 Adiacent Srl

Questo documento è redatto a scopo puramente informativo e non costituisce alcun elemento contrattuale con Adiacent Srl. Esso contiene solo strategie, sviluppi e funzionalità delle soluzioni commercializzate dal Gruppo e non fornisce alcuna garanzia implicita o esplicita di alcun tipo. Tutti i marchi appartengono ai rispettivi proprietari. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o per qualsiasi scopo senza la preventiva autorizzazione di Adiacent Srl.