

# e-Commerce: Approccio Semantico



Catalogazione

Ricerca

# Scenario #1: Catalogazione

## Problema

Data un'ampia gamma di prodotti la classificazione manuale può non essere sufficiente per agevolare l'attività di ricerca ed alcuni prodotti rischiano di diventare poco visibili all'interno della piattaforma di e-Commerce.

## Soluzione

MSF mette a disposizione funzionalità per la categorizzazione automatica dei prodotti su diverse dimensioni, utilizzando strutture di classificazione già esistenti e associandole ai prodotti in modo congruo con le informazioni disponibili (e.g. descrizione, prezzo) sulla base del contenuto testuale della scheda prodotto.

## Aspetti Caratteristici

- Suggerimento di prodotti simili in base alla scheda prodotto
- Individuazione e proposta al cliente dei prodotti poco visibili



## Scenario #2: Ricerca

### Problema

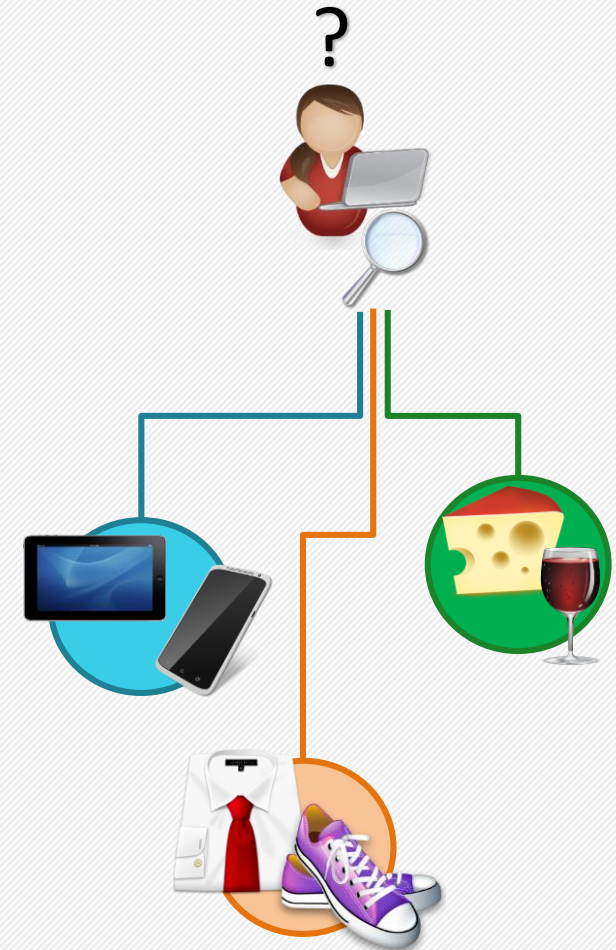
L'utente è posto dinanzi ad un'ampia offerta di beni di consumo, la cui varietà può essere considerevole. La ricerca dei prodotti d'interesse può risultare onerosa al punto di rendere poco soddisfacente l'esperienza utente nella fruizione della piattaforma di e-commerce.

### Soluzione

Le tecniche di ricerca avanzata offerte da MSF, basata sull'analisi simultanea sia del testo della richiesta in linguaggio naturale che delle *keyword* presenti nel testo, consentono di individuare rapidamente i prodotti che meglio soddisfano le richieste dei *customer*.

### Aspetti Caratteristici

- Individuazione del prodotto desiderato in tempi rapidi
- Abilitazione di varie modalità di ricerca e navigazione
- Possibilità di consentire l'interazione tra il cliente e il sistema



## Scenario #2: Ricerca → Demo

- **Demo #1:**

Viene presentata un'App sviluppata nell'ambito del progetto Progetto di Ricerca MIUR PON TITAN, che realizza la funzionalità Q&A arricchita con l'interazione sistema-cliente, in cui, dopo la richiesta iniziale del cliente, il sistema pone domande al cliente stesso e, sulla base delle risposte fornite, raffina la proposta commerciale.

Tale approccio si caratterizza per la possibilità di rispondere alle esigenze di un cliente/utente generico senza competenze specifiche sui prodotti disponibili.

Demo #1

- **Demo #2:**

Viene presentata un'applicazione sviluppata per FIAT in ambito Automotive, che consente di effettuare ricerche su dimensioni e aspetti predefiniti che caratterizzano gli oggetti ricercati, e che possono essere progressivamente raffinati.

Naturalmente, la trasposizione dell'applicazione presentata all'e-commerce avviene associando le caratteristiche delle automobili a quelle dei prodotti, e il tecnico-progettista al cliente.

Tale approccio si basa su una tassonomia per la classificazione degli oggetti, di cui si assume che l'utente abbia una qualche familiarità.

Demo #2

# Scenario #3: Offerta Personalizzata (1/2)

## Problema

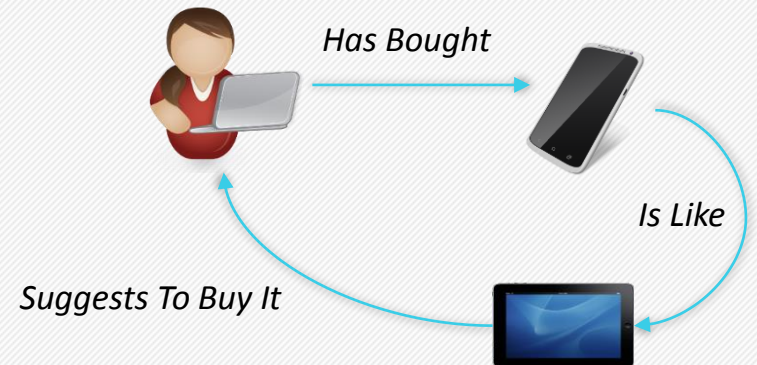
Un aspetto cruciale all'interno delle piattaforme di e-Commerce è la necessità di intercettare le esigenze degli utenti ed anticiparne i desideri secondo strategie di vendita efficaci.

## Soluzione

Grazie a MSF, è possibile costruire dinamicamente offerte commerciali definite in modo specifico rispetto alle esigenze del cliente, sulla base del suo profilo o dei prodotti acquistati.

## Aspetti Caratteristici

- Proposizione di prodotti analoghi, o comunque correlati, a quelli acquistati dal cliente.



# Scenario #3: Offerta Personalizzata (1/2) → Demo

- **Demo #3:**

Viene presentata la piattaforma prototipale per l'e-commerce realizzata nell'ambito del Progetto MISE - Made in Italy MI FOOD, che mostra una proposizione delle offerte commerciali in funzione del profilo predefinito del cliente, e una composizione personalizzata della vetrina in base ai comportamenti di acquisto del cliente.

Viene inoltre presentata l'applicazione automatica di una specifica strategia di marketing, individuata in funzione del profilo del cliente e di un prodotto da lui acquistato.



- **Demo #4:**

Viene presentata la parte di un'applicazione sviluppata per TELECOM, pertinente al contesto dell'e-Commerce, finalizzata all'individuazione di offerte tecnico-commerciali pregresse, analoghe a quella in corso di preparazione da parte di un progettista per i Clienti Business dell'Azienda.

La trasposizione all'e-commerce avviene rimpiazzando il progettista, che cerca le offerte simili a quella che deve preparare, con il cliente, e le offerte pre-esistenti con i prodotti in vendita.



# Scenario #3: Offerta Personalizzata (2/2)

## Problema

Un aspetto cruciale all'interno delle piattaforme di e-Commerce è la necessità di intercettare le esigenze degli utenti ed anticiparne i desideri secondo strategie di vendita efficaci.

## Soluzione

Grazie a MSF, è possibile costruire dinamicamente offerte commerciali definite in modo specifico rispetto alle esigenze del cliente, sulla base del suo profilo o dei prodotti acquistati.

## Aspetti Caratteristici

- Proposizione di prodotti acquistati da clienti con profili simili a quello del cliente considerato.

## DEMO

Viene presentata un'applicazione in ambito Ricerca/Innovazione nel settore Turismo in cui ai turisti vengono proposti servizi turistici differenziati in funzione del loro profilo. Nel caso dell'e-commerce, l'applicazione consente di individuare altri clienti con profilo simile al cliente considerato, e di proporre i prodotti acquistati dai clienti simili.

