





Da hobby a *SMART*keting,  
passando per l'ABM e l'evoluzione  
dei ruoli di Marketing e Vendite

---

## **Il caso di Global Display Solutions**

# Sommario

1. Informazioni su Ivano Pozza
2. Informazioni su GDS
3. Introduzione
4. Il percorso Sales & Marketing di GDS
5. Impostazione attuale S&M in GDS
6. Conclusione



# Ivano Pozza

Business Division Manager - Displays

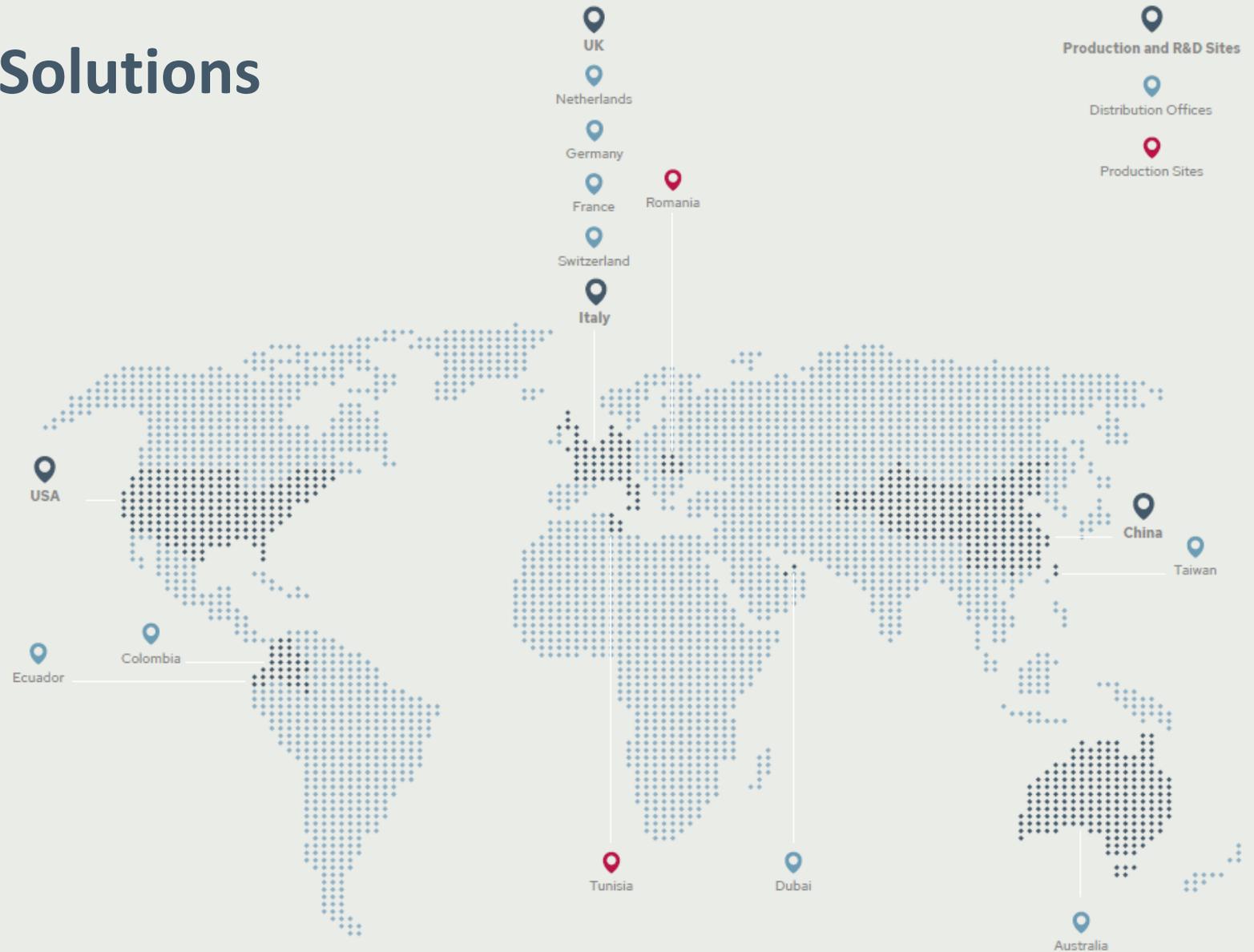
Global Display Solutions SpA

*Il marketing non è un'opinione  
e la vendita non è un colpo di fortuna,  
ma un percorso strategico da intraprendere assieme,  
attraverso un approccio scientifico ed una collaborazione sinergica*



# Global Display Solutions

+40 anni di storia  
+1.000 collaboratori  
20% ingegneri  
+150 Mln di fatturato  
+10 Mln/anno in R&D



# Business Areas

## Synergies & Innovation

### Displays

Soluzioni di informazioni al pubblico all'avanguardia in ambito digital signage, advertising, trasporti retail.



### Lighting

Soluzioni tecnologiche avanzate per sistemi di illuminazione in ambito industriale, outdoor e urbano.



### Printers

Soluzioni di stampa termica e transazionale a impatto seriale per applicazioni di front office professionali, industriali e soluzioni di financial scanner per la digitalizzazione dei processi.



# NORWAY | OSLO, METRO STATION

65'' D6 Intertrack Displays



# SWISS RAIL

## 46" 55" & 75" Smart Information Displays



# CITTÀ DI BOGOTÀ

170.000 apparecchi di illuminazione connessi



# STARBUCKS

## Drive Thru Network



# MEDICAL DISPLAYS



# De'Longhi Coffee Machines



# Correva l'anno 2001...



GDS = CA&G Elettronica (Vicenza, Italia) +  
Emco Electronics (Londra, UK)



Assetto multinazionale e multiculturale



Organizzazione a matrice complessa, che  
mantiene aperte le linee di comunicazione  
tra i team

*L'unica costante è il cambiamento, Eraclito*



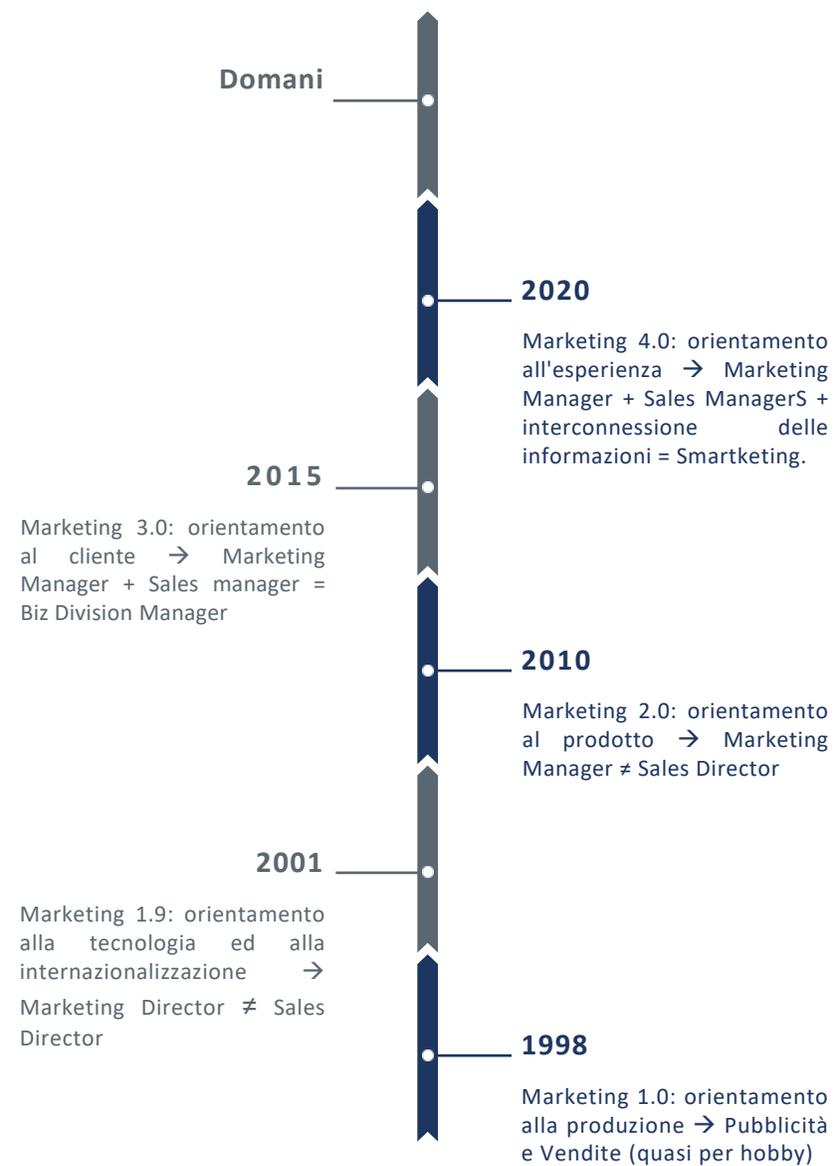
# Introduzione

- Era della personalizzazione
- Strategie mirate e personalizzate
- ABM (Account Based Marketing)
- Collaborazione S&M



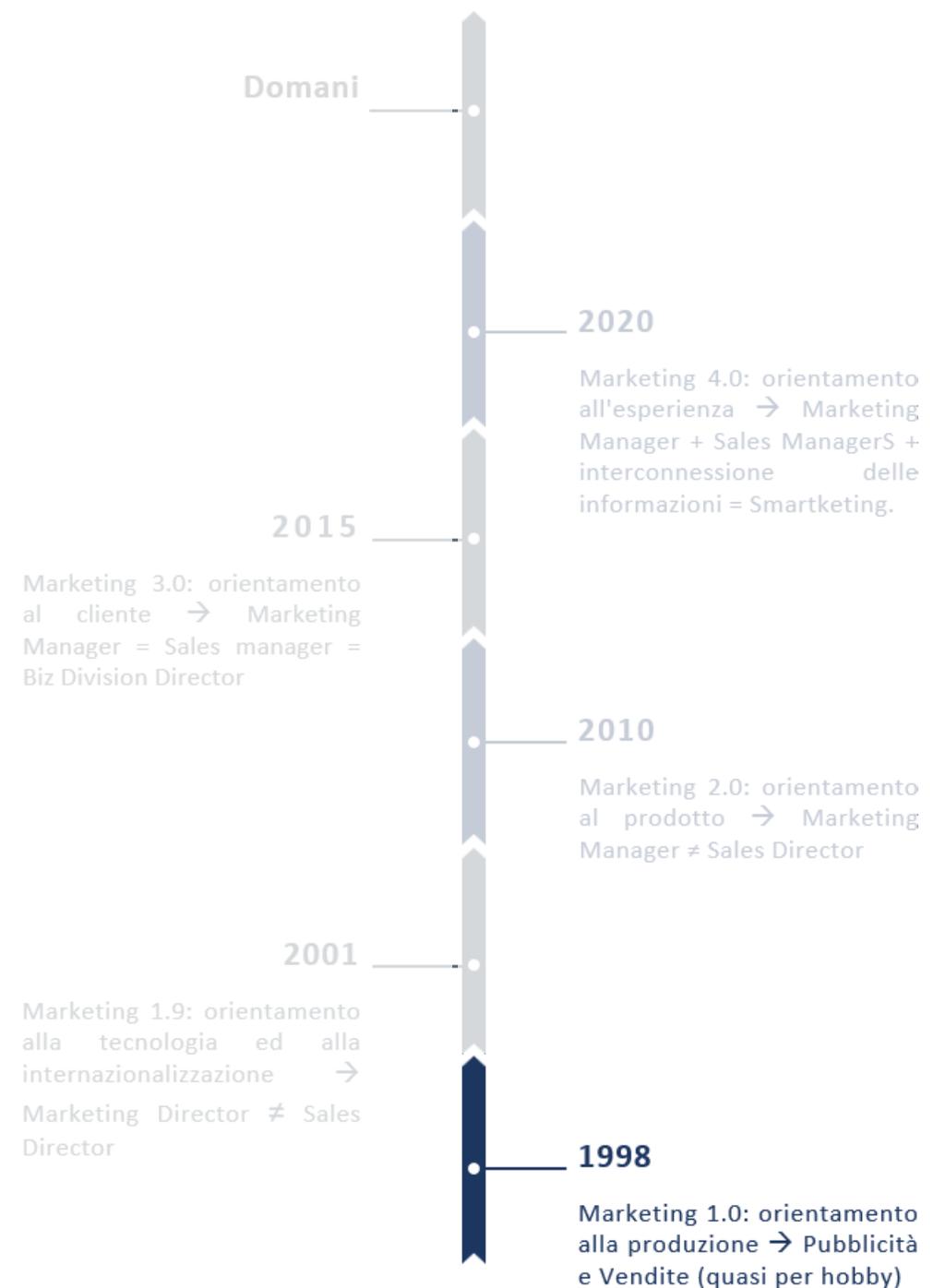
Un grande viaggio

# Il percorso S&M di GDS



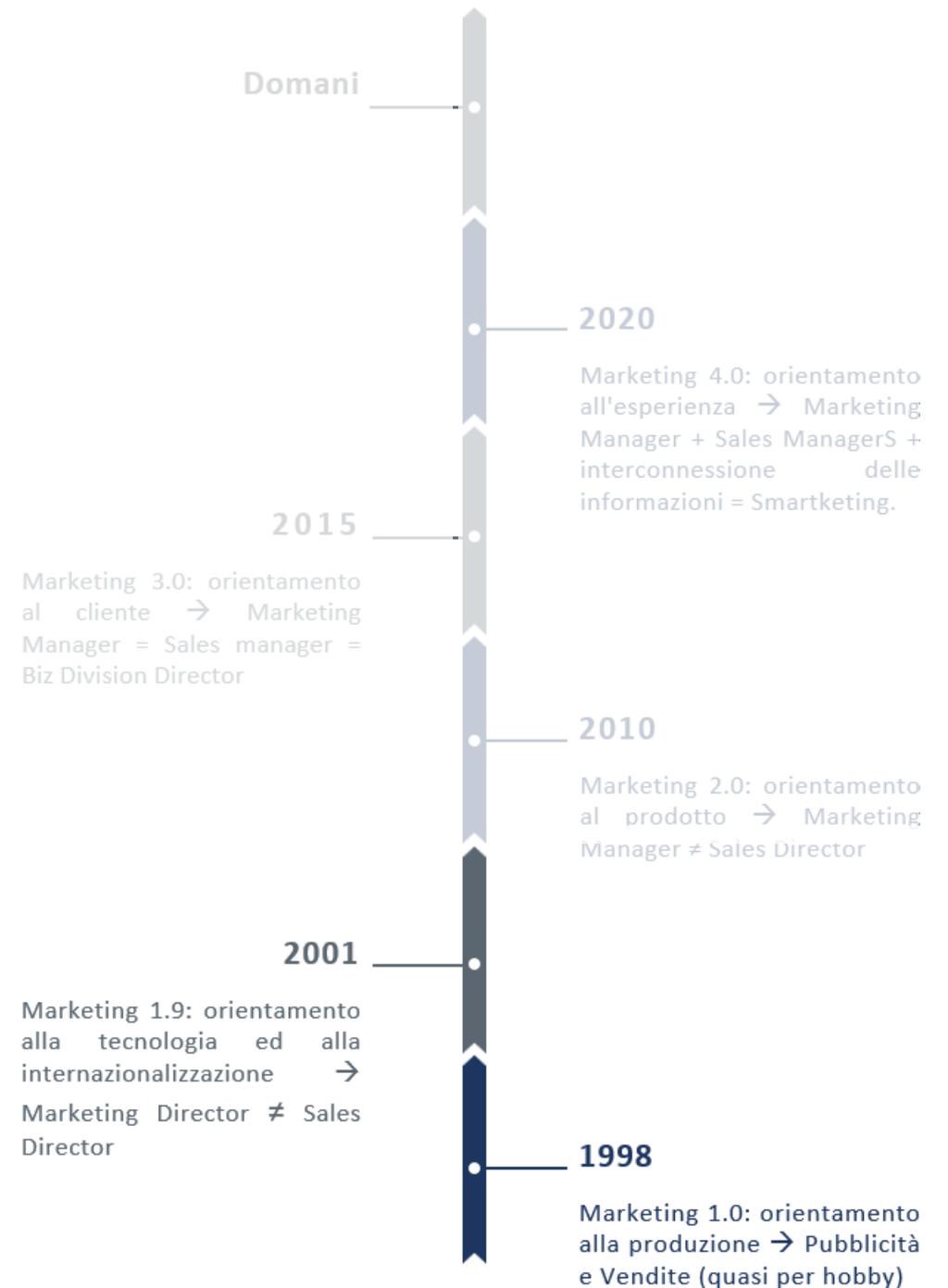
# I nostri anni '90

- Orientamento alla produzione / magazzino
- Marketing = Pubblicità = Costo ≠ investimento
- Guidato dalle Vendite
- Budget annuale molto limitato
- Promozione prodotti alla catena di vendita (distributori, rivenditori, etc.)



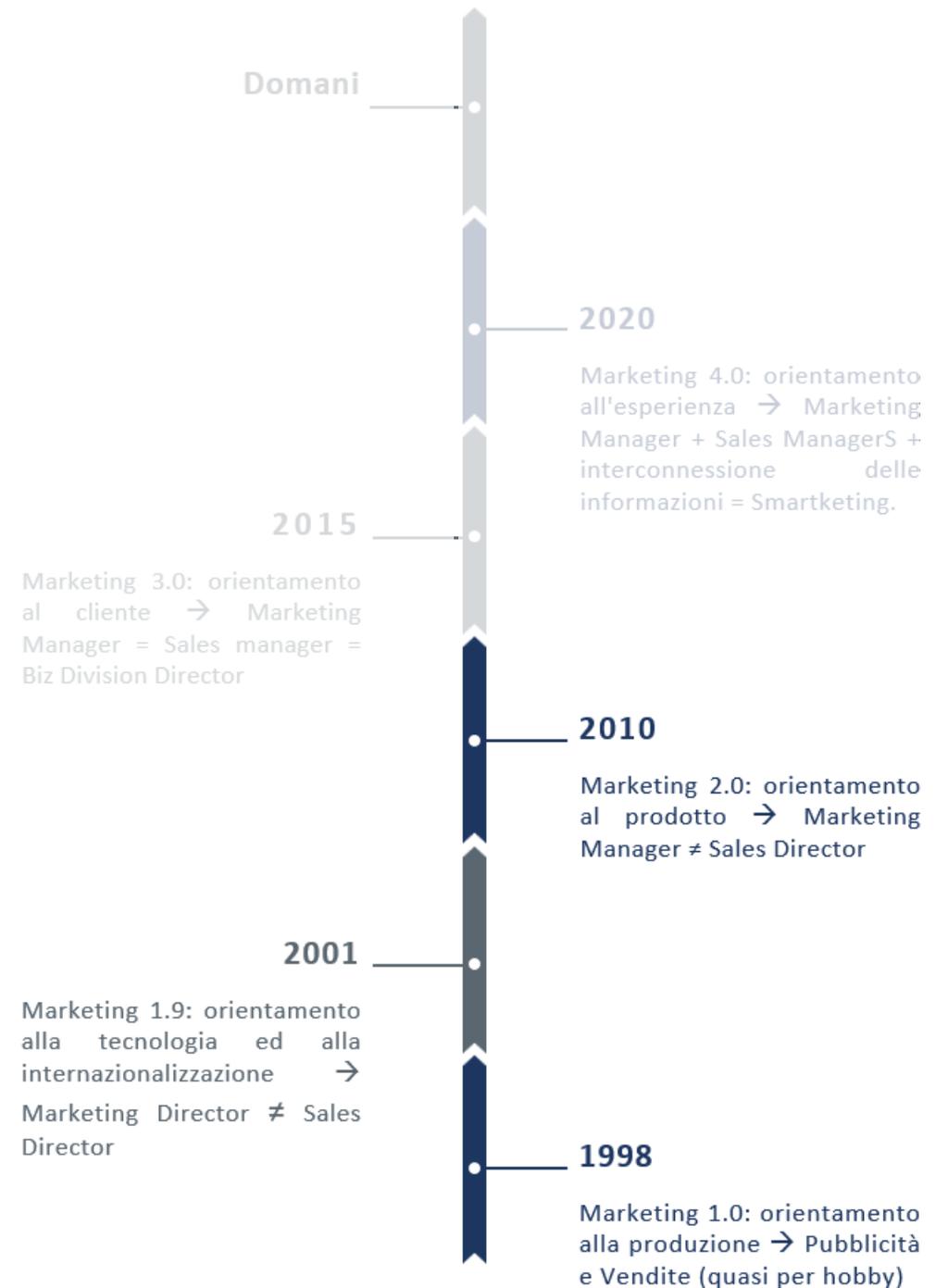
# 2001: Seeing is believing

- Orientamento alla tecnologia ed alla 'forza' dell'azienda
- Marketing = Puro investimento a perdere
- Marketing Director  $\neq$  Sales Director
- Poca o nessuna collaborazione
- Budget annuale importante
- Promozione della tecnologia che sta alla base del prodotto
- Marketing 'egocentrico'



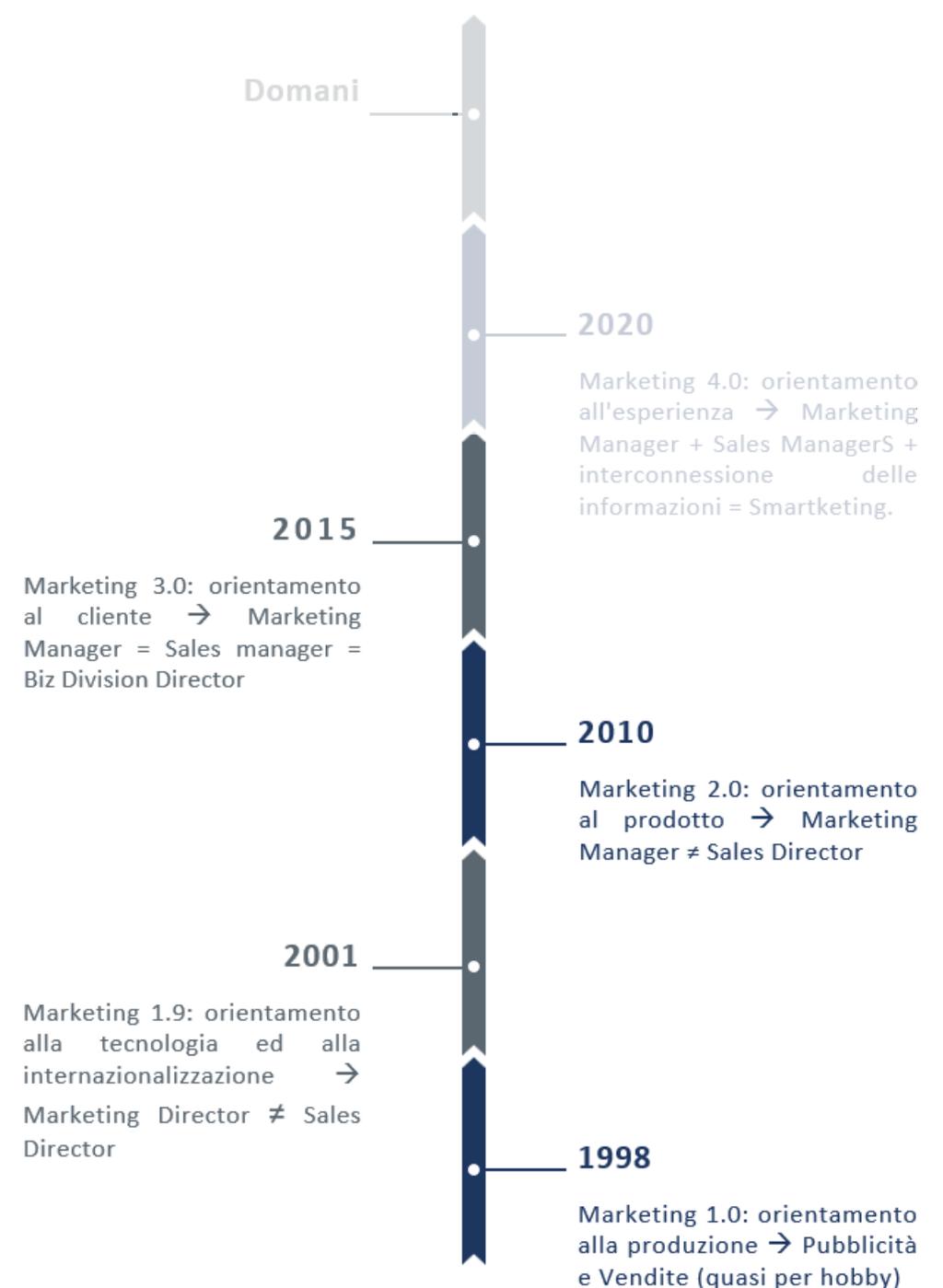
# 2010: Orientamento al prodotto

- Marketing = investimento efficiente ed efficace
- Marketing Manager ≠ Sales Director
- Collaborazione e confronto a livello manageriale
- Budget annuale importante
- Promozione dei vantaggi che il prodotto porta al cliente
- Utilizzo intenso sito web e primi approcci ai social



# 2015: Orientamento al cliente

- Marketing con Sales = investimento efficace
- Marketing Manager + Sales Manager = Biz Division Manager
- Collaborazione e confronto a livello di team
- Budget annuale = ? (Difficile distinguere attività di vendita da quelle di marketing)
- Marketing = strumento di supporto alle vendite per costruire nuove e durature relazioni con i clienti
- Prima la relazione umana, poi la vendita
- Approccio Human-to-Human
- Account Based Marketing
- Grande importanza ai Social, soprattutto LinkedIn



# 2015: Un caso di successo

## Expo 2020 – ROUTE 2020

Il progetto “Route 2020” è un’estensione di 15 chilometri della linea rossa della metropolitana di Dubai fino al sito di Expo 2020.

L’opportunità per GDS erano più di 1000 display per una lunghezza complessiva di 1,3Km



# L'ABM ed il «tiro a cucchiaino»



CAMPAIGN MANAGER



GDS Global Display Solutions



GDS Global Display Solutions



CAMPAIGN PERFORMANCE

WEBSITE DEMOGRAPHICS

ACCOUNT ASSETS ▼

Create Campaign

Campaign Name ↕	Status ↕	Spent ↕	Impressions ↕	Clicks ↕	Average CTR ↕	Bid ↕	Average CPM ↕
<input type="text" value="Search by name, campaign ID, or type"/>	<input type="text" value="All"/>						
<input type="checkbox"/> Videowall LCD	Completed	€182.04	136,061	24	0.02%	€15.00	€1.34

Il cliente aveva scelto una tecnologia diversa di un'azienda molto più grande di noi.

Abbiamo puntato questa pubblicità verso il cliente finale, e verso il General Contractor ns cliente, facendo leva sulle informazioni che la parte vendite aveva carpito sulle necessità e le preoccupazioni del cliente finale



# 2020: Orientamento all'esperienza

- Marketing con Sales e con tutta l'azienda = investimento irrinunciabile
- Marketing Manager ≠ Sales Manager ≠ Biz Division Manager ≠ Innovation Manager
- Budget annuale = 2X
- Customer Centricity (esigenze, desideri, VALORI)
- Smartketing



# 2020: Gli strumenti 1/2

- ~~Catalogo prodotti e listino prezzi~~
- Creazione di contenuti per creare brand «authority» aziendale legata al «personal branding» dei venditori (consulenti che portano soluzioni ai clienti)

smart-interfaces.displays.gds.com/unlock-the-full-potential-of-your-medical-devices-with-optical-bonding-the-future-of-display-technology/



HOME CROSS-INDUSTRY TECHNOLOGY BLOG GET IN TOUCH

HOME » BLOG » UNLOCK THE FULL POTENTIAL OF YOUR MEDICAL DEVICES WITH OPTICAL BONDING: THE FUTURE OF DISPLAY TECHNOLOGY

Search...

## UNLOCK THE FULL POTENTIAL OF YOUR MEDICAL DEVICES WITH OPTICAL BONDING: THE FUTURE OF DISPLAY TECHNOLOGY



Authors: **Stefano Ignesti, Ivano Pozza**

As technology continues to advance in the medical industry, the importance of clear and reliable displays in medical devices becomes increasingly crucial.

The display screens must provide the necessary information to healthcare professionals to ensure proper diagnosis and treatment and maintaining and



Introducing MoKA: Revolutionize Your Workflow with Cross-Industry Technology



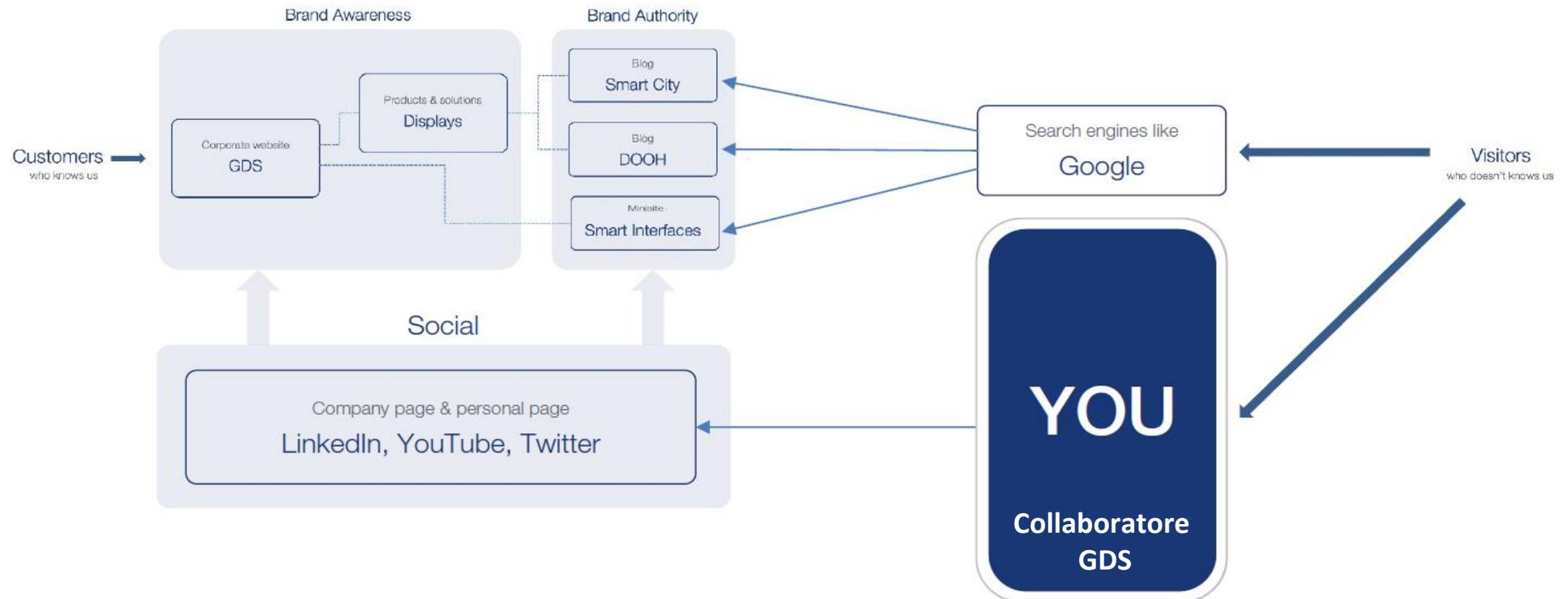
Unraveling the Intricacies of Communication Protocols in Low-Power IoT Electronic Devices: Exploiting the Power of LoRaWAN



gds.com

# 2020: Gli strumenti 2/2

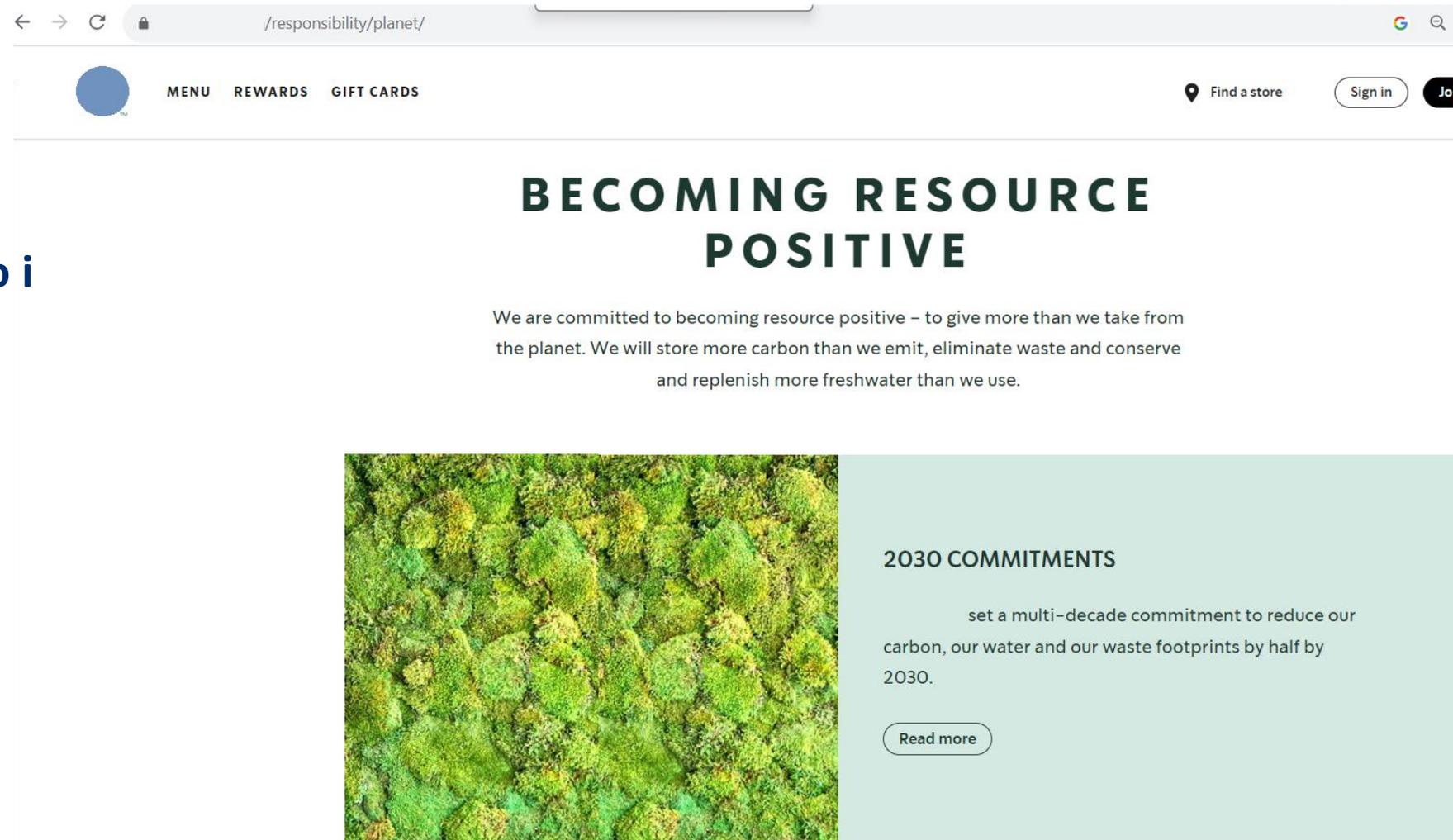
- **SMARTketing = (Marketing + Sales) x Strategia x Informazioni precise = Relazione di fiducia**
- **Hubspot, CRM + Marketing = NCDM (New customer development manager)**
- **Linkedin, Linkedin Sales Navigator, Linkedin Sales Insight**



# Un caso studio reale

## Menu Board per una catena di caffetterie

- 20K displays
- Valore promosso dall'azienda = sostenibilità
- Valore in cui credono i decision maker = sostenibilità



# Un caso studio reale

## Valori condivisi, brand authority, personal branding

- Valore promosso da GDS = sostenibilità
- Argomento su cui il «consulente» GDS si presenta esperto e credibile = sostenibilità

**GDS Global Display Solutions**  
5,405 followers  
7mo • 🌐

We are thrilled to announce that **GDS Global Display Solutions** has once again been awarded the **EcoVadis Silver** rating for 2023, in recognition of our commitment to sustainability and corporate social responsibility. ...see more

**EcoVadis Silver Rating - GDS • 1 page**

**ecovadis**  
GLOBAL DISPLAY SOLUTIONS SPA (GROUP)  
has been awarded a  
**Silver medal**  
as a recognition of their EcoVadis Rating  
- APRIL 2023 -  
**SILVER**  
2023  
ecovadis  
Sustainability  
Rating

You are receiving this score based on the disclosed information and data received from GDS Global Display Solutions. EcoVadis is not responsible for the accuracy of the information provided. EcoVadis reserves the right to alter the business score at any time and, if considered appropriate, to re-assess and penalize a business score at any time.

VALID UNTIL: April 2024

**GDS Lighting**  
1,542 followers  
10mo • Edited • 🌐

At GDS, we believe that technology and innovation can be means to sustainability.  
Every year, our plants produce 450,000 products with LCA study, which will ...see more

[See translation](#)

**SUSTAINABILITY**

0:11

**GDS Lighting**  
1,542 followers  
6mo • 🌐

Sostenibilità economica, ambientale e sociale, sono questi i 3 pilastri fondamentali della sostenibilità definiti dalle Nazioni Unite come "interdependent and n ...see more

[See translation](#)

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Lo sviluppo sostenibile: cos'è e come viene composto? - Gds Lighting  
gdslighting.com • 2 min read

**GDS Global Display Solutions**  
5,405 followers  
1yr • Edited • 🌐

How can Eco-design be an investment in our future?  
Find out how the value chain founded in Corporate Social Responsibility ...see more

**How digital visualization can help your business**  
outdoordigitalsignedisplays.com • 6 min read

# Un caso studio reale

## L'assist del marketing al Sales

### BECOMING RESOURCE POSITIVE

We are committed to becoming resource positive – to give more than we take from the planet. We will store more carbon than we emit, eliminate waste and conserve and replenish more freshwater than we use.



**Caoba**  
Specie a rischio estinzione  
Colombia • CO<sub>2</sub> : -1200kg

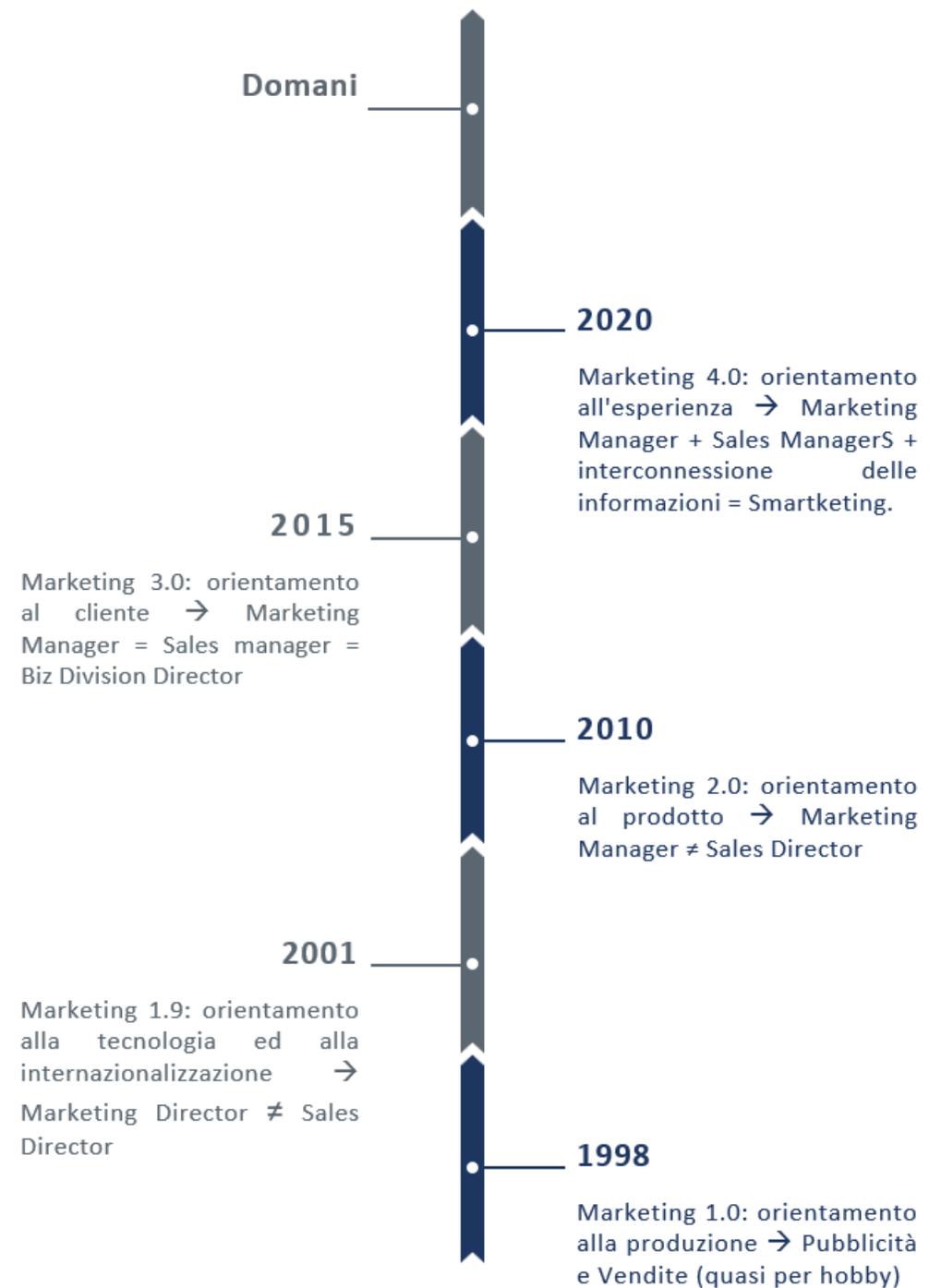
Impatto Ambientale



= Carbon neutral

# Domani: B2B brand community

- Tutti siamo marketing GDS... anche e soprattutto il cliente
- Budget annuale = 3X
- Intelligenza artificiale per personalizzare l'esperienza del cliente in qualsiasi momento, su qualsiasi canale
- Intelligenza artificiale per personal branding (Avatar clone, qualsiasi lingua)
- Sviluppo e condivisione di VALORI con il cliente
- Smartketing 'AI'



# Conclusione



ABM richiede un forte allineamento tra Sales e marketing



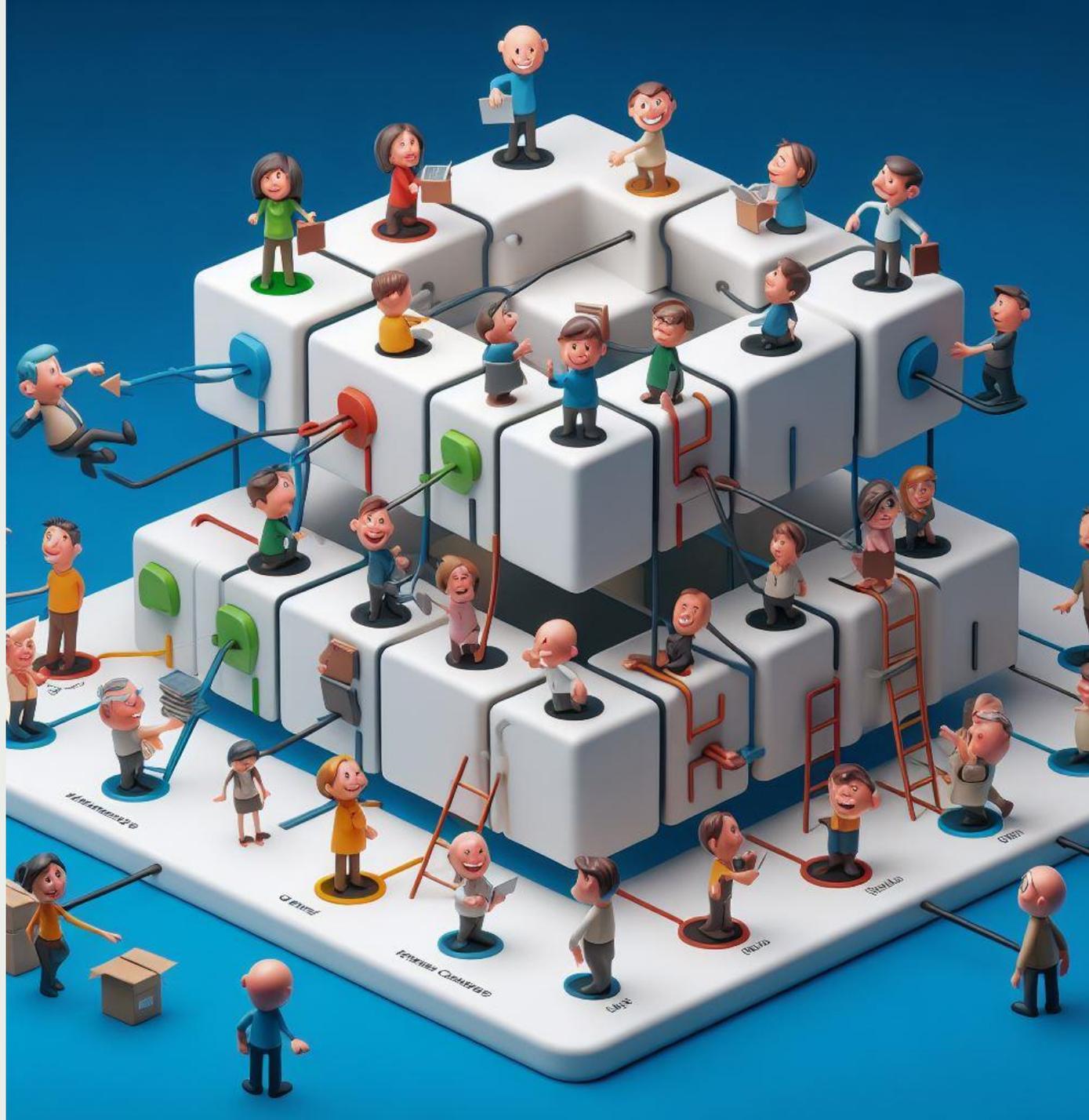
Lo Smartketing si rende necessario perché il ciclo di vendita B2B è cambiato: da dover relazionarsi con 1, 2 persone ad una media odierna di 11 persone



Il principale obiettivo di chi fa vendite è di avere più conversazioni di qualità con gli interlocutori giusti



Non è più il marketing che deve venderci alle vendite, ma le vendite che vanno a comprarsi il marketing per vendere



# Da hobby a *SMART*keting, passando per l'ABM e l'evoluzione dei ruoli di Marketing e Vendite

GRAZIE



*L'unica costante è il cambiamento, Eraclito*

*Il marketing non è un'opinione  
e la vendita non è un colpo di fortuna,  
ma un percorso strategico da intraprendere assieme,  
attraverso un approccio scientifico ed una collaborazione  
sinergica*