

The Rudolf is changing the way corporates are managing their sales channels

The biggest premium, luxury and sports eyewear retailer in the world, with brands, such as Oakley, Ray-Ban, Prada, Target Opticals, Sunglass hut....LUXOTTICA GROUP NORTH AMERICA is using The Rudolf sales channel management platform to optimize sales channel and operational efficiencies of their Point-of-Sales.

With over 7 400 stores, LUXOTTICA GROUP (Borsa Italiana) owns brands such as Oakley, Ray Ban, Prada, Sunglass Hut and Lens Crafters just to name a few.

The Rudolf fills a white space within the CRM segment, creating "Smart Channel Sales Tool" apps. This category comprises of sales and operational field force related apps, which are not CRM, but can increase the productivity of CRM and ERP. Or in some cases, these tools can be used as "stand alone", replacing CRM altogether.

CEO of The Rudolf, Juha Seppänen, says that LUXOTTICA GROUP is using the visual sales tool to receive a total visibility of their operations in North America. "This means, that everyone will immediately be able to see what is the situation, what has been done and what needs to be done next. This type of information, no CRM has been able to provide, the way we do, visually."

Leveraging on new type of user experience, interactive visualization and

mobility, The Rudolf also eliminates unnecessary reporting and email interactions.

The fact that LUXOTTICA GROUP saw the value in The Rudolf proves that a smart sales tool, which is nimble, easy to use and made essentially to answer the needs of sales people is the future trend.



LUXOTTICA®

[Tietosuoja](#) / [Privacy Policy](#)

Contact us

We use cookies to ensure that we give you the best experience on our website. If you continue to use this site we will assume that you are happy with it.

The Rudolf Oy, spinoff Nordic Industries Development Oy:sta toimitti LUXOTTICA GROUPIN Pohjois-Amerikan yhtiölle mobiilin myyntitilanteenseuranta- ja toiminnanohjausratkaisun toimintojen johtamiseen ja sisäisten prosessien tehostamiseen ja nopeuttamiseen koskien heidän myymälöitään kautta Yhdysvaltojen.

Pyörittäen yli 2500 myyntipistettä Pohjois-Amerikassa, LUXOTTICA

GROUP omistaa mm. brändit kuten Oakley, Ray-Ban, Sunglass Hut, Target Opticals ja Lens Crafters.

The Rudolf luo CRM- ja myyntijärjestelmäinfrastruktuuriin uuden kentän, "Smart Sales Channel Tools". Se käsittää myynnin- ja toiminnanohjaustoiminnallisuutta, jota ei löydy perinteisistä CRM-järjestelmistä, mutta joiden avulla CRM- ja ERP-järjestelmien tehokkuutta voidaan lisätä. Tai osassa tapauksia tällainen työkalu voi toimia itsenäisenä sovelluksena, korvaten CRM:n täysin.

The Rudolf Oy:n toimitusjohtaja Juha Seppänen sanoo, että LUXOTTICA RETAIL GROUP käyttää visuaalista myyntityökalua valvoakseen koko Pohjois-Amerikan toimintoja kokonaisuudessaan.

"Jokainen voi välittömästi nähdä mikä on tilanne, mitä on tehty ja mitä seuraavaksi pitää tehdä, vieläpä visuaalisesti. Täysin samaa ei mikään CRM-järjestelmä tähän mennessä ole tarjonnut."

Nojaten uudenaikaiseen käyttökokemukseen ja visuaaliseen, helppoon käyttöliittymään, The Rudolf eliminoi myös turhan raportoinnin ja tehtävänantojen välittämisen sähköpostilla.

Se, että LUXOTTICA RETAIL GROUP näki The Rudolfissa suuren arvon osoittaa, että myyntityökalu, joka on ketterä, helppo ottaa käyttöön, helppo käyttää ja muokkautuu tehokkaasti yrityksen omiin prosesseihin, on tulevaisuuden suunta.

Tags

[Tietosuoja](#) / [Privacy Policy](#)