



L'azienda sperimenta nuovi canali di comunicazione con i propri clienti e potenziali. Avatar, piazze virtuali e strumenti interattivi per mostrare l'ampia gamma dei servizi

Nasce Siramland: la città virtuale di Siram Veolia nel Metaverso

Roberta Binda, Sales Area Manager Siram Veolia: "Cercavamo un nuovo strumento per comunicare e valorizzare i nostri servizi. Abbiamo così creato Siramland: una smart city virtuale nel Metaverso in cui mostriamo in maniera innovativa la nostra offerta".

L'azienda

Siram Veolia, gruppo di riferimento in Italia per la gestione efficiente di energia, acqua e rifiuti speciali, affianca clienti pubblici e privati nel percorso di trasformazione ecologica attraverso soluzioni sostenibili e tecnologicamente innovative.

Il Gruppo supporta i suoi oltre 1.800 clienti nella gestione e ottimizzazione dei servizi essenziali, contribuendo allo sviluppo sostenibile dei territori, assicurando riduzione dei consumi e dell'impatto ambientale.

Il Gruppo con profonde competenze tecnologiche, risorse finanziarie e capacità di investimenti assicura ai partner l'ottimizzazione delle risorse dal punto di vista ambientale, economico e sociale, con l'obiettivo di ridurre al minimo sprechi e inefficienze, garantendo servizi eccellenti. La vicinanza al cliente e la storica presenza capillare sul territorio italiano con 130 presidi, uniti all'appartenenza al gruppo Veolia, leader mondiale nella gestione ottimizzata delle risorse ambientali, rappresentano la duplice anima, internazionale e locale del Gruppo Siram Veolia.

È presente in Italia da oltre 100 anni con un team di 3.290 professionisti che garantiscono soluzioni efficienti e sostenibili.

Nasce Siramland

L'azienda da sempre investe in innovazione sia interna sia esterna. Il dipartimento commerciale di Siram Veolia era alla ricerca di nuovi strumenti per comunicare e valorizzare l'ampia gamma di servizi offerti ai clienti e ai potenziali clienti, dalle imprese, agli enti pubblici, alle strutture sanitarie.

Il dipartimento innovazione ha quindi creato un gruppo multidisciplinare interno all'azienda,



formato da Roberta Binda, Francesco Valota, Commerciale Area Industria, Nicola Magliulo, capo sito, Thomas Ceschin, manutentore e Gianpaolo Fiorentino, del dipartimento IT. Da qui nasce l'idea di creare una smart city virtuale nel Metaverso che riproduca gli edifici e possa mostrare tutta l'offerta di Siram Veolia.

Grazie alla collaborazione con Whürt, viene così creata Siramland: una vera e propria città virtuale con la piazza, l'ospedale, la scuola, il trasporto pubblico e le smart grid (rete di semafori, sistemi energetici, colonnine elettriche).

Come funziona?

Un avatar si ritrova al centro della piazza, si muove e lo staff commerciale Siram Veolia accompagna il cliente/prospect nell'affrontare l'esperienza immersiva. Il percorso inizia dal centro di una piazza, attraverso un avatar che si muove e si sposta nella città e si posiziona davanti agli edifici o ai luoghi di interesse, come un visitatore di una fiera che si sposta tra uno stand e l'altro. In ogni area vengono evidenziati i contenuti che l'azienda intende diffondere. Ad esempio, se l'avatar accede all'ospedale, nell'area di accettazione all'ingresso verranno mostrati i contenuti specifici attraverso video, immagini, schede esplicative o chat di assistenza.

Una volta creata la città virtuale, ogni edificio può essere personalizzato, realizzando stanze o progetti relativi ai servizi che si vogliono promuovere. La comunicazione è creata su più livelli, da quello più superficiale in cui si forniscono informazioni a quello più approfondito dove si possono organizzare incontri online one to one o sessioni di workshop. La rete commerciale utilizza questo strumento innovativo per illustrare le potenzialità di tutti i servizi in maniera interattiva e accattivante.

Sviluppi futuri

Il progetto pilota è stato sviluppato in otto mesi ed è già utilizzabile. Il sistema è pensato per essere scalabile e modulare, così che a seconda delle esigenze si possano creare "stanze" o luoghi ad hoc per ciascun cliente o per promuovere un nuovo servizio. Una volta che lo strumento diventerà familiare ai clienti potrà essere usato dall'azienda per veicolare messaggi informativi, fornire assistenza e incontrare virtualmente i propri interlocutori e stakeholder. Ma non finisce qui: c'è già il progetto di estendere l'utilizzo del Metaverso anche per la formazione interna e per fare assistenza da remoto.

Il vero carattere innovativo di questo strumento è che il Metaverso non viene utilizzato in maniera tradizionale per vendere prodotti online, ma viene impiegato come "catalogo virtuale" per illustrare i servizi in maniera interattiva e immersiva.