

Meglio Questo

Il bello di scegliere

IR TOP EGM INVESTOR DAY

Milano, 4 aprile 2023

L'evoluzione di MeglioQuesto degli ultimi 10 anni ha vissuto alcuni momenti chiave



Creazione di un'unica holding, EsseGroup S.p.a e inizio della diversificazione del fisico



Rebranding per orientare i servizi verso il consumatore finale e quotazione



Acquisizione di AQR e rafforzamento del know-how su Customer Care e Digital



Acquisizione di Omicron Servizi, Eureweb e Smart Contact¹ consolidando la presenza sul Digital e sul territorio



Nascita di Planet Group S.r.l, come call center di vendita (i.e. outbound)

Scriviamo
INSIEME
il nostro futuro

PIANO STRATEGICO
TOGETHER 2023-2025



2011

2017

2020

2021

2021-22

2023

PARTIAMO COME
CALL CENTER

DIVERSIFICHIAMO
NEL FISICO

ENTRIAMO NEL
C. CARE E DIGITAL

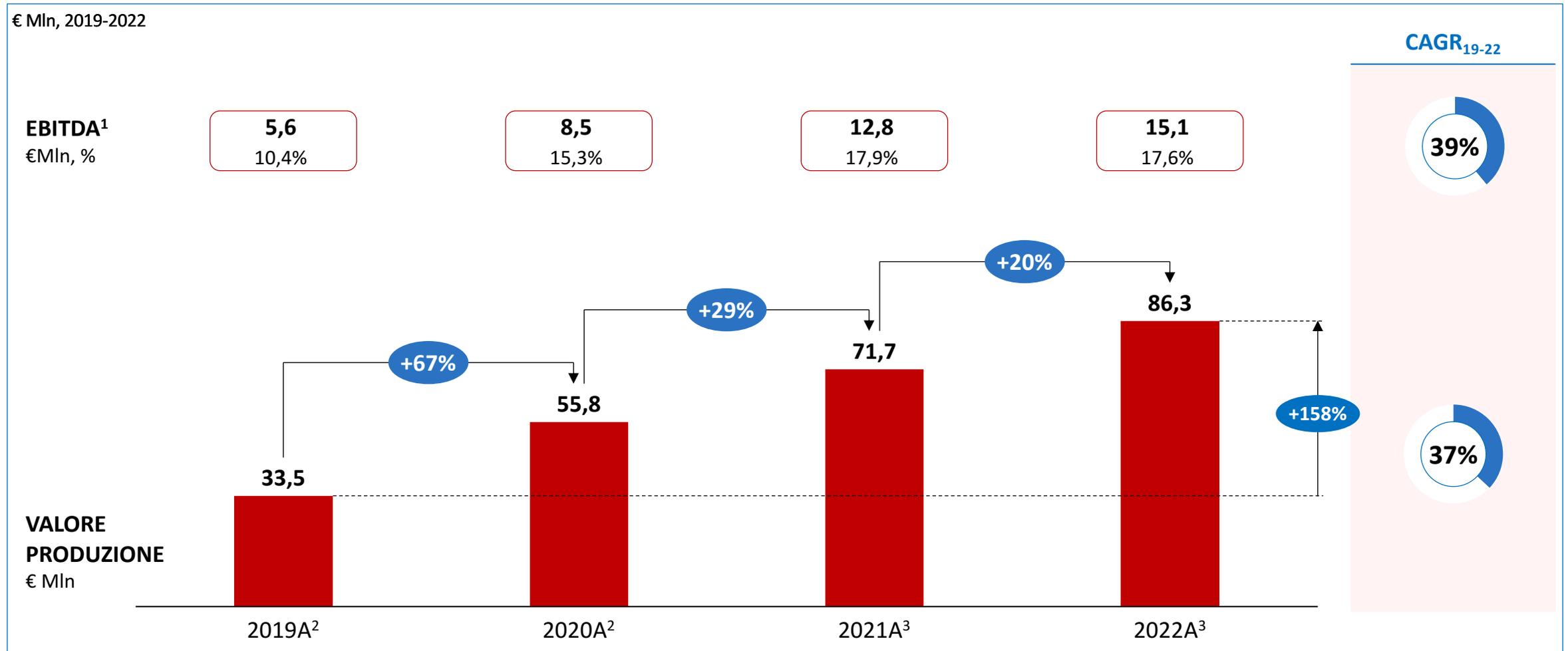
CI ORIENTIAMO AI
CONSUMATORI

CONSOLIDIAMO
DIGITAL E TERRITORIO

Note: 1) Acquisizione del 51% di OM Group (Omicron Servizi), 55% di Eureweb e 100% di Smart Contract

1. OTTIME PERFORMANCE ECONOMICHE NEGLI ULTIMI ANNI

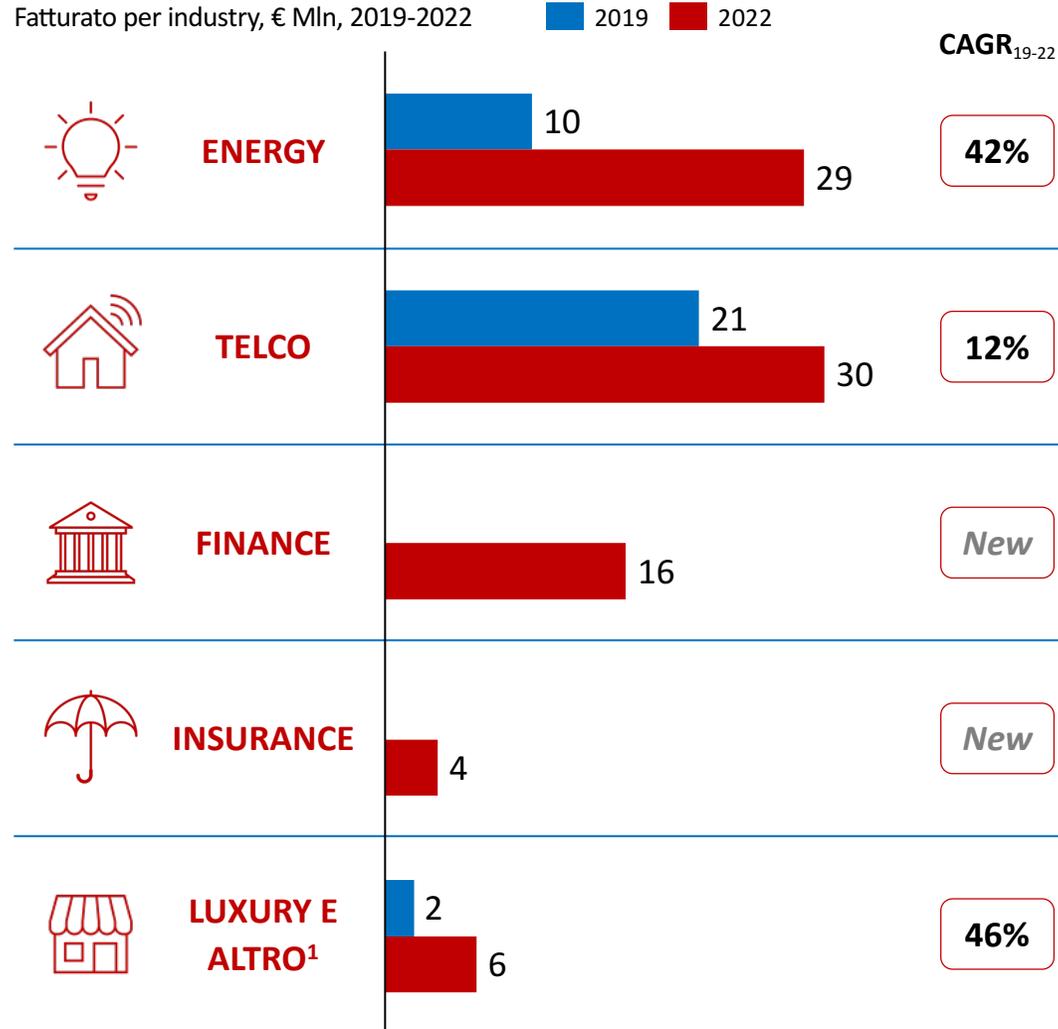
Crescita sostenuta di Valore della produzione e redditività, con investimenti guidati da M&A e digitale



2. PARTNER LEADER NEI SETTORI PIÙ IMPORTANTI DELL'ECONOMIA ITALIANA

Crescita double-digit in tutte le industry presidiate

CRESCITA DI MEGLIOQUESTO NELLE INDUSTRY



PRINCIPALI PARTNER DI MEGLIOQUESTO



Note: 1) Include GDO/ GDS, GLAM, noleggio MLT e altri retail/ consumer

3. MQ PRONTA A COGLIERE LE OPPORTUNITÀ DEI TREND NEI SETTORI DI RIFERIMENTO



DIGITALIZZAZIONE CANALI

Il rapporto **impresa-consumatori**, anche per effetto della **pandemia**, è sempre più incentrato su **canali digitali**, generando una **forte crescita del fatturato on-line**



CUSTOMER EXPERIENCE

I **consumatori** sono sempre **più esigenti**: **personalizzazione**, **convenienza**, **real-time**, ed **esperienza differenziante**, sempre più in **logica di «community»**



INTERAZIONE OMNI-CANALE

L'**interazione** con i **Clienti** diventa **omni-canale**, facendo leva su **canali differenti** tra loro **integrati**, così da rispondere in maniera **efficace** a seconda delle **necessità**



TECNOLOGIA E DATI DIFFERENZIANTI

Lo sviluppo di **nuove soluzioni tecnologiche** (e.g. metaverso, AI) è diventato uno dei **fattori competitivi** nella **relazione** con i **Clienti**, anche rispetto a **raccolta e gestione dati**



FRUIZIONE OFFERTA A 360°

L'evoluzione delle **priorità dei Clienti** risiede nell'affermazione di **modelli di offerta omni-comprensivi**, come **unica soluzione** per il **soddisfacimento delle esigenze**