

Il negozio del futuro

Evolution



Il negozio del futuro

1. Cresce l'interesse per le innovazioni digitali
2. Più supporto alla customer experience
3. Innovazioni di back-end

Fonte: Osservatorio Digital del PoliMi, indagine su 300 retailer

Quale tecnologia per i retailer

- Internet of things 52% (per esempio, logistica)
- Intelligenza artificiale 32% (esempio: i bot)
- Realtà aumentata 16% (customer experience)



Gli investimenti nel 2018



- Accettazione di pagamenti innovativi 33%
- Fatturazione elettronica 27%
- Crm e sistemi evoluti di cassa 24%
- Sales force automation e wi-fi in store 22%
- Accettazione coupon e loyalty 21%
- Monitoraggio in store e business intelligence 19%
- Vetrine intelligenti 16%

Pagamenti innovativi

New Digital Payment (card comprese) +56%

- Nel 2018 boom degli acquisti di prossimità con smartphone: oltre 15,6 milioni di transazioni con una spesa annua pro capite di 500 euro
- La spesa contactless in Italia arriverà a 125 miliardi di euro nel 2021

Fatturazione elettronica

Al 18 febbraio

- 228 milioni di file inviati da parte di oltre 2,3 milioni di operatori
- Nel solo mese di febbraio è raddoppiato il numero di fatture
- Lombardia prima con oltre 80 milioni di invii

Crm e sistemi evoluti di cassa

- Interfaccia intuitiva e facile da configurare
- Personalizzabile in base alle esigenze
- Cloud che permetta di avere accesso ai dati e monitorare l'attività ovunque
- Statistiche di vendita e di magazzino
- Continuità di servizio anche in assenza di connessione

Sales force automation

Software di supporto alle vendite

- Comunicazione tra negozio e centrale operativa
- Programma e controlla l'azione dei venditori
- Agevola il piano di vendita
- Aiuta la raccolta degli ordini dei clienti evitando documenti cartacei
- Riduce la possibilità d'errore umano
- Velocizza l'arrivo dei dati

Coupon e loyalty

Coupon elettronici per fare e-marketing

- E-coupon statici: il loro valore non cambia nel tempo, servono a fidelizzare il cliente
- E-coupon dinamici: hanno un tempo limitato di validità. Spingono gli utenti ad acquistare il prodotto il prima possibile per ottenere lo sconto

Monitoraggio in store e Business Int.

- Identificare le ore di punta della giornata
- Prendere nota dei percorsi dei clienti
- Stimare la demografia dei clienti
- Mappare i movimenti con i sensori di calore
- Google ha introdotto lo Store Visit Insights, un'analisi che memorizza le localizzazioni degli smartphone, con la possibilità di tracciare la visita in un negozio

Vetrine intelligenti

- Si attivano via bluetooth con lo smartphone del cliente
- Personalizzano offerte
- Segnalano promozioni
- Aumentano l'interazione
- Beacons (proximity marketing)

Vetrina intelligente Kasanova



Due monitor da 42 pollici invitano il cliente a interagire, grazie a immagini in movimento

Conad del Tirreno

- Uno speciale carrello collegato all'intelligenza artificiale sfrutta telecamere on-cart, sensori di peso e potenti processori visivi
- Consente di identificare ogni articolo aggiunto e tolto dal carrello
- Gestisce in maniera automatica le transazioni e il pagamento all'uscita



Shop in shop di Nespresso

- Accedere al terminale con i propri dati
- Selezionare e ordinare le capsule
Caffè Nespresso preferite
- Richiedere e ritirare le capsule direttamente
nel punto vendita



Abbigliamento

- Customer experience per personalizzare l'acquisto
- Pagamenti innovativi (44%)
- Sistemi di cassa evoluti e Pos (33%)
- Sales force automation



Alimentare

- Innovazioni front-end che creano efficienza
- Accettazione couponing e loyalty (35%)
- Cartellini innovativi e scaffalature smart (29%)



Arredamento e accessori casa

- Realtà aumentata e virtuale (67%)
- Monitoraggio clienti in store



Il mondo retail

- Italia: 3 dipendenti
fatturato 0,3 milioni



- Francia: 4 dipendenti
fatturato 0,6 milioni

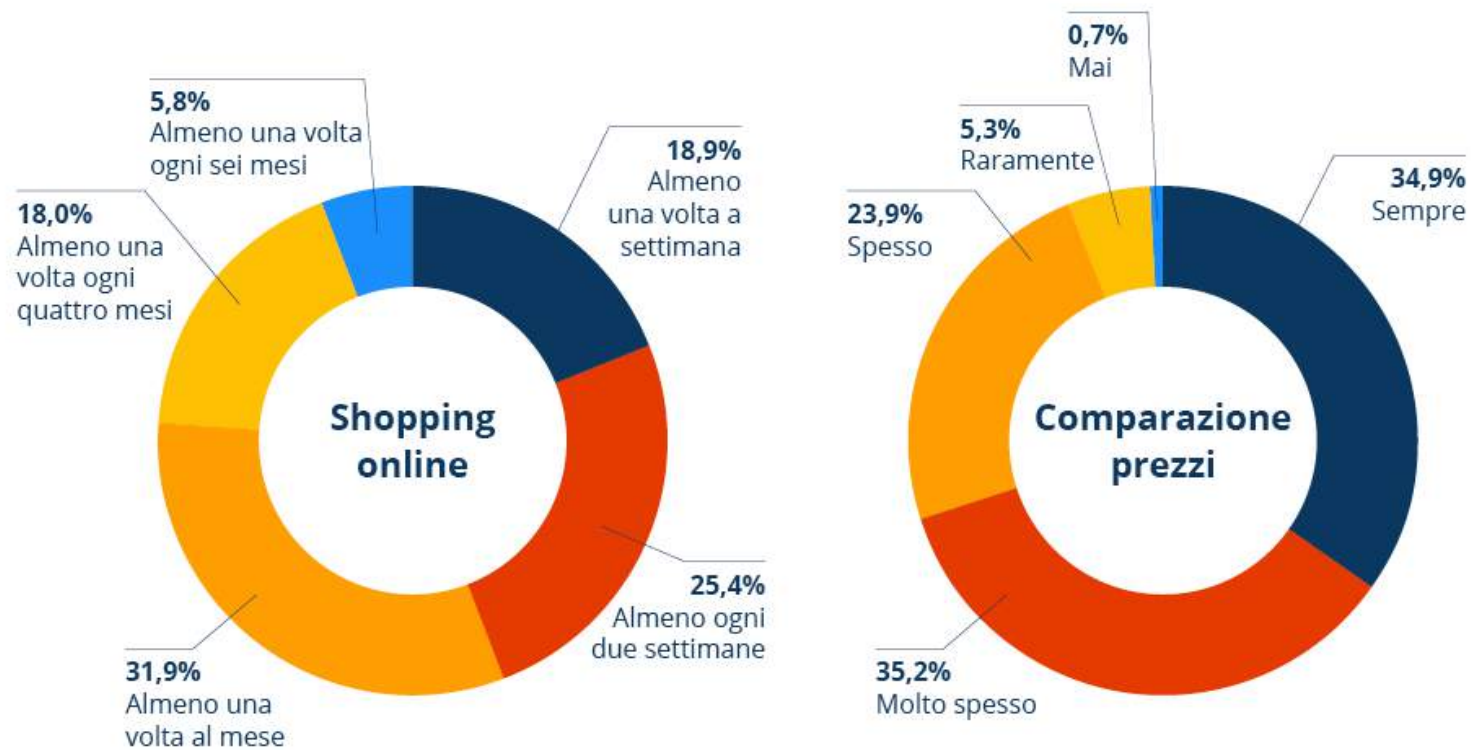


- Germania: 10 dipendenti
fatturato 0,8 milioni



E-commerce

Frequenza dello shopping online e dell'uso della comparazione prezzi online



Sfidare Amazon

