



Comunicato stampa

La rivoluzione digitale del Retail è Made in Assintel: grande successo per il Negozio 2.0 presentato al Salone Franchising Milano

Milano, 15 novembre 2013.

E' in corso una rivoluzione nel Retail, che segnerà l'evoluzione della specie e la sua sopravvivenza nel futuro prossimo: è la rivoluzione digitale, connessa con la multicanalità dell'esperienza d'acquisto. Uscire dalla tradizione analogica e integrarsi con l'esperienza virtuale è l'unico modo per connettere un business ristretto ad una dimensione più ampia, di cui il web e i diffusi device mobili sono la porta d'ingresso: ma per fare questo occorre un salto culturale, di cui le aziende digitali si rendono parte attiva.

E' con questa mission che il Gruppo di Lavoro "**Innovazione nel Retail**" di **Assintel** – l'associazione nazionale delle imprese ICT e digitali di Confcommercio - ha presentato il Negozio 2.0 presso l'*Innovation Retail Lab* del Salone Franchising Milano 2013 (www.salonefranchisingmilano.com) appena conclusosi. Ed il riscontro è stato notevole.

Si è trattato di un vero e proprio percorso interattivo che guidava il visitatore a sperimentare le potenzialità digitali e le nuove tecnologie nei punti vendita di ultima generazione. Distinte per aree specifiche, le soluzioni del Gruppo di Lavoro "**Innovazione nel Retail**" sono state presentate al visitatore con varie demo integrate tra loro per i diversi momenti di acquisto e che concretamente mostravano le potenzialità in termini di business per il nuovo merchant.

- Il **Negozio 2.0** partiva dall'esterno dello stand. Nell'area dimostrativa **PRE SALE** si presentavano i **Social Media**, come strumenti utili a creare immagine, fidelizzazione e interesse attorno all'iniziativa commerciale, e di **GoogleBusiness Photos**, in grado di creare un tour virtuale in 3D per invitare gli utenti online ad entrare all'interno del negozio, a visitarlo virtualmente e ad interagire con il merchant con un semplice click.
- Nell'area **FRONT STORE** si mostravano le soluzioni di **Digital Signage**, con videowall installati nelle vetrine "intelligenti" e integrati nei sistemi di Face Recognition per individuare con una telecamera la tipologia di cliente che si affaccia alla vetrina e mostrare video promozionali di suo interesse. Altre soluzioni di **Marketing Analitico** consentivano di identificare e profilare il cliente (in base a dati non riservati: sesso, fascia di età, etnia, ora di passaggio, tempo di permanenza) e allertare l'esercente sugli interessi del cliente che sta entrando in negozio.
- Nell'area **IN STORE** era disponibile uno scaffale di prodotti con "**etichette intelligenti**" (TAG RFID) integrate a un monitor interattivo che mostrava le caratteristiche del capo preso dal visitatore e, in tempo reale, suggeriva la scelta di altri prodotti utili da poter abbinare all'acquisto. Il visitatore veniva invitato a provare anche il **camerino intelligente** con display touch-screen interattivo. Il tutto integrato con i Social Media per migliorare ulteriormente la customer experience e rendere il sistema ancora più mirato all'analisi delle impressioni suscitate sul cliente da un capo indossato e poterle condividere con i propri contatti. Il visitatore scopriva nel LAB anche la nuova figura del **Personal Assistant**, cioè di commesso dotato di smartphone o tablet integrato nel sistema, che segue il cliente in tutto il suo processo di acquisto, con l'accesso immediato ai dati di magazzino per la verifica delle disponibilità di stock, la possibilità di attivare prenotazioni on-line e consegne a domicilio, fino alla chiusura dell'acquisto con il pagamento elettronico, anche senza il passaggio al punto cassa.



- Nell'area **CHECK-OUT** al visitatore venivano presentate le nuove soluzioni di pagamento integrate al processo di acquisto: dalle soluzioni di m-payments per i **Personal Assistant** (con smartphone e tablet integrati ai terminali di pagamento) ai sistemi di cassa evoluti integrati ai POS per consentire il passaggio automatico dei dati dagli strumenti in dotazione al moderno merchant. In aggiunta il visitatore scopriva anche i nuovi POS dotati di touch-screen a colori per l'acquisizione della firma, utile per la dematerializzazione e l'archiviazione elettronica dello scontrino in un server «in cloud», per semplificare ulteriormente le operazioni al merchant.
- L'area **AFTER SALE** completava il Negozio 2.0 con le attività di **CRM** e **FollowUp**, attivate dalla tecnologia RFID di cui erano dotati i prodotti, che consentivano di rilevare il tempo di permanenza del cliente di fronte all'oggetto, il numero di prove effettuate o il rapporto tra le prove e il numero di acquisti conclusi. Le nuove tecnologie consentono di mantenere vivo il rapporto con il cliente anche successivamente alla sua uscita dal negozio, grazie all'utilizzo della comunicazione mirata e dei Social Media.



Nel palinsesto del **Salone Franchising Milano** il Gruppo di Lavoro "Innovazione nel Retail" di Assintel, inoltre, ha realizzato il **WORKSHOP Innovation Retail Lab: le nuove tecnologie per il mondo del franchising** moderato da Enrico Sacchi, caposervizio della rivista GDOWeek/Layout – Gruppo 24 Ore.

Il workshop è stato aperto da Antonio Fossati, CEO dell'organizzatore RDS&Company, e ha visto l'esposizione prima del punto di vista della Domanda, con importanti testimonianze di Piazza Italia, Sense Lab Profumi, Presso e DB-LIne, e successivamente dell'Offerta di tecnologie, con gli interventi di tutte le aziende aderenti al GdL di Assintel: Disignum, Ingenico, K Group, H&SCustom, Guttadauro ed Econocom.

L'appuntamento al Salone del Franchising ha rappresentato un momento fondamentale nel percorso del Gruppo di Lavoro "**Innovazione nel Retail**" di **Assintel** che, nella propria mission, prevede l'organizzazione di workshop, di progetti pilota e di consulenza sulle modalità di sfruttamento delle nuove tecnologie a beneficio del business dei retailer. Il prossimo appuntamento sarà a brevissimo: Lunedì 18 novembre al **Consumatore Multicanale Forum** (www.consumatoremulticanale.it), organizzato da Confcommercio Milano con l'organizzazione di Asseprim e la collaborazione di Assintel presso la sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47) e con dimostrazioni pratiche nel Distretto Urbano del Commercio del Quartiere Isola a Milano (Porta Garibaldi).

Il **Gruppo di Lavoro Innovazione nel Retail** è un laboratorio progettuale costituito nel 2012 all'interno di Assintel – Confcommercio con l'obiettivo di promuovere la cultura dell'innovazione tecnologica nel mondo del Retail e si rivolge a tutti gli operatori di grandi e piccole dimensioni, ponendosi come punto di riferimento per individuare, promuovere e supportare i nuovi trend del mercato. E' il punto d'incontro di tutte le aziende che propongono prodotti e soluzioni innovative a supporto del Retail e si pone a servizio degli esercenti per dare loro i giusti impulsi ad adottare tempestivamente le nuove tecnologie, valutando anche l'impatto di queste sugli stili di consumo. Ad oggi il Gruppo di Lavoro è composto da alcune tra le più innovative e attive società del settore: Disignum, Econocom, Ingenico Italia, Guttadauro, H&SCustom, KGroup, Mobile People.

Per informazioni:

Assintel, Andreas Schwalm

Email: andreas.schwalm@assintel.it – Tel. 02.7750.231

Web: www.assintel.it/soci/gruppi-di-lavoro/innovazione-nel-retail