



ZeroUno

05/03/2015

Innovation Retail Lab: aziende unite e soluzioni integrate per il negozio 2.0

Valentina Bucci

Alla 29° edizione del Salone Franchising Milano, ZeroUno ha intervistato **Marco Andolfi, Partner & Founder di Disignum** (azienda specializzata nella creazione di social network, community brand e servizi digitali orientati alla relazione con il cliente), per scoprire Innovation Retail Lab, uno spazio dedicato alle tecnologie innovative per i punti vendita, nato nel 2011 da un'iniziativa di **Disignum** e dello stesso Salone Franchising Milano.

MILANO - Alla 29° edizione del **Salone Franchising Milano**, ZeroUno ha intervistato **Marco Andolfi, Partner & Founder di Disignum** (azienda specializzata nella creazione di social network, community brand e servizi digitali orientati alla relazione con il cliente), per scoprire Innovation Retail Lab, uno spazio dedicato alle tecnologie innovative per i punti vendita, nato nel 2011 da un'iniziativa di **Disignum** e dello stesso Salone Franchising Milano: "L'idea è stata quella di creare un luogo che potesse mostrare soluzioni digitali pensate per il mondo del franchising e del retail, volte a supportare queste realtà in particolare nella parte di comunicazione e vendita; tecnologie innovative, pronte per il mercato, ma che ancora non sono diffuse e completamente conosciute", spiega Andolfi.



Marco Andolfi - Partner & Founder, Disignum

Nel progetto confluiscono le proposte di diverse aziende It specializzate: **Disignum, H&S Custom, KGroup, Guttadauro, Mobile People, Ingenico Italia** ed **Econocom**, tutte anche membri del Gruppo di Lavoro "Innovazione nel Retail" costituito nel 2012 da **Assintel**. Insieme concorrono nel creare una catena di soluzioni che accompagnano il cliente seguendo in un percorso che Andolfi definisce "da divano a divano", ovvero dal momento della ricerca del prodotto on line, passando per l'acquisto in negozio, fino alla fase di post-vendita una volta tornati a casa. Ciò che è importante sottolineare è che le varie soluzioni sono integrate in un prodotto unico, chiamato Smart Solution Retail, dove si innestano tecnologie di smart experience, smart marketing, smart payment e smart control. In che modo sono integrate? Andolfi chiarisce con un esempio: **Disignum** si occupa di curare il social network di un'azienda di moda, genera una promozione specifica per un capo rivolta a un certo cliente; H&s Custom, specializzata in soluzioni lot, gestisce il camerino intelligente; appena il cliente arriva nel negozio fisico e si prova il capo in promozione, il camerino non solo riconosce il capo e proietta informazioni relative al prodotto (il sistema antitaccheggio contiene una etichetta elettronica Rfid) per agevolare l'acquisto e aumentarne l'appealing, ma, sfruttando un'applicazione che il cliente ha sullo smartphone, lo riconosce e gli ripropone la promozione personalizzata. Il percorso presente in fiera mostrava anche come, grazie a delle applicazioni per smartphone e tablet e a delle soluzioni mPos di Ingenico per i pagamenti in mobilità, fosse possibile concludere tutto il processo di vendita, compresa la fiscalizzazione, in mobilità, evitando code e superando il tradizionale concetto di "cassa fissa". Ricordiamo infine anche le tecnologie di business analytics che

propongono statistiche legate agli acquisti effettuati e ai capi preferiti (proiettabili real time nello stesso store per arricchire l'esperienza del cliente) e offrono una serie di dati che potranno essere molto utili al marketing per capire il comportamento delle persone all'interno del negozio.

Quello visto in esposizione è uno di quei casi in cui aziende, su certi fronti concorrenti, sono riuscite a trovare un terreno di collaborazione su cui muoversi, per trarre un vantaggio competitivo a beneficio di tutti: "È stato necessario lavorare per conciliare realtà diverse tra loro e con percorsi e strategie differenti, e stabilire regole precise per definire i confini di pertinenza, tra le soluzioni e tra i mercati, laddove l'offerta delle aziende si sovrapponeva. Ma ha trainato la mancanza di personalismi, la volontà di collaborare e la comune voglia di innovare".

Copyright 2015 © Next Editore S.r.l. Tutti i diritti sono riservati – P.IVA 05410440969