

Nel segno del digital

CHI È MARCO ANDOLFI

Laurea all'Università di Torino in Informatica e master al MIP, Business School del Politecnico di Milano. Marco Andolfi ha lavorato per molti anni come responsabile di progetti innovativi nei settori automotive, banking, pubblicità e telecomunicazioni, per aziende come Fiat Auto Group, CBS International Group, Intesa San Paolo e Credem. A Londra è stato direttore TI di una grande azienda multinazionale. Ha acquisito esperienza nel campo delle tecnologie innovative (modellazione 3D, eCommerce, Web2.0, multicanalità, Web Analytics e BI) con lo sviluppo di competenze di valore basate su piattaforme abilitanti (E-commerce, pubblicità online, Mobile Marketing e Web, approccio multicanale e Social Networking).

"Aiutiamo le aziende nel processo di trasformazione digitale a 360 gradi". A tu per tu con Marco Andolfi, fondatore di Disignum, pmi innovativa che ha anticipato i tempi puntando sulla omnicanalità nel retail, che oggi guida l'innovazione in negozio.

"nnovare significa alterare l'ordine delle cose stabilite per fare cose nuove, ricombinare degli elementi noti per realizzare qualcosa di diverso e inesistente sino a quel momento. Ma innovare significa anche progettare una tecnologia sempre più consumer friendly, semplice ed intuitiva, per questo affermiamo che bisogna **comunicare con un click**". Così Marco Andolfi, fondatore di Disignum, nata nel 2011 come startup innovativa. Oggi è una impresa che progetta **soluzioni** tecnologiche **innovative**, incentrate sulla multicanalità, che fanno perno su un importante CRM. *"Ci rivolgiamo ad aziende che operano in ambito consumer e b2b - prosegue Andolfi - e le aiutiamo a iniziare e completare la trasformazione digitale".*

Come nasce Disignum?

Nasce come startup innovativa nel 2011, a Torino, dopo un'incubazione in giro per il mondo a raccogliere idee, esperienze e suggestioni. Il mio principale desiderio era innovare, nel senso che abbiamo detto sopra, e fin dall'inizio volevo aiutare le aziende a migliorare la loro competitività sul mercato attraverso la digitalizzazione dei processi operativi e di marketing. Nella mia visione l'innovazione digitale doveva e deve essere innanzitutto semplice, intuitiva per l'utente e facilmente accessibile al maggior numero di persone. **Per questo la nostra principale sfida è stata supportare quelle realtà che faticano ad orientarsi nel percorso di digitalizzazione del proprio business.**

BTOB



Quali sono le tappe principali della crescita di Disignum?

La prima tappa importante è stata la collaborazione all'ideazione e alla realizzazione di Innovation Retail Lab, l'evento presentato con RDS&Company al Salone Franchising Milano. L'anno successivo è stata finalista allo European Venture Summit di Berlino e selezionata tra le mille startup europee più innovative. Dal 2013 siamo i fondatori e coordinatori del Gruppo Innovazione nel Retail di Assintel/Confcommercio Milano. Nel 2017 abbiamo lanciato ufficialmente iNovaRetail, progetto sviluppato in collaborazione con Federazione Moda Italia. L'anno dopo, con 50 clienti a portfolio, abbiamo conseguito un brevetto per alcune funzionalità di CRM 4Retail. **Infine, nel 2019, Disignum ha vinto il programma Magic WAND Retail ed è entrata nel gruppo di Digital Magics SpA.**

Da dove partite, generalmente, per impostare un progetto per le aziende che si rivolgono a voi?

Ci sono due parole chiave che spingono le aziende a contattarci: **digitale e innovazione**. Il nostro primo approccio è di natura consulenziale per mettere a fuoco gli obiettivi e l'esigenza più immediata, che spesso è l'e-commerce. Nel retail sempre più spesso ci viene chiesto di inserire elementi digital all'interno del negozio fisico. Poi c'è un tipo di cliente che ha già qualche piattaforma e vuole muoversi verso l'omnicanalità. Diventa quindi importante il nostro contributo per disegnare l'intero percorso.

Qual è la principale difficoltà che incontrate?

Le aziende all'inizio del percorso spesso faticano a capire che il processo di digitalizzazione può richiedere più tempo di quanto

iNova Retail: la punta di diamante

iNova Retail è una piattaforma che rende accessibili le vendite omnichannel, la gestione 2.0 del magazzino e strumenti di crm anche per i piccoli retail. E' concepita per moduli: e-commerce anche con opzione multilingue, social marketing, registrazione ed elaborazione dati online e offline, dispositivi touchscreen nel negozio fisico per ordinare sul web e avere informazioni sui brand disponibili.

L'EVOLUZIONE DI DISIGNUM

Disignum si rivolge alle realtà che operano in ambito consumer (B2C) e in ambito B2B, supportandole con il suo principale prodotto iNovaRetail. In pochi anni, Disignum ha stretto partnership con importanti realtà come Federazione Moda Italia e Radio RDS, ha ottenuto diversi riconoscimenti e premi per l'innovazione ed è presente anche sul mercato europeo con 41 retail, 330 operatori, oltre 500 negozi e con più di 42mila consumatori profilati.

immaginino. I clienti che sono più avanti in questo percorso sono più sfidanti. Oppure sono stati in qualche modo 'scottati' da esperienze precedenti e sono più diffidenti. **Infine ci sono alcuni imprenditori che fanno fatica a delegare, perché temono di perdere il controllo dei dati, cosa non solo altamente improbabile ma impossibile.**

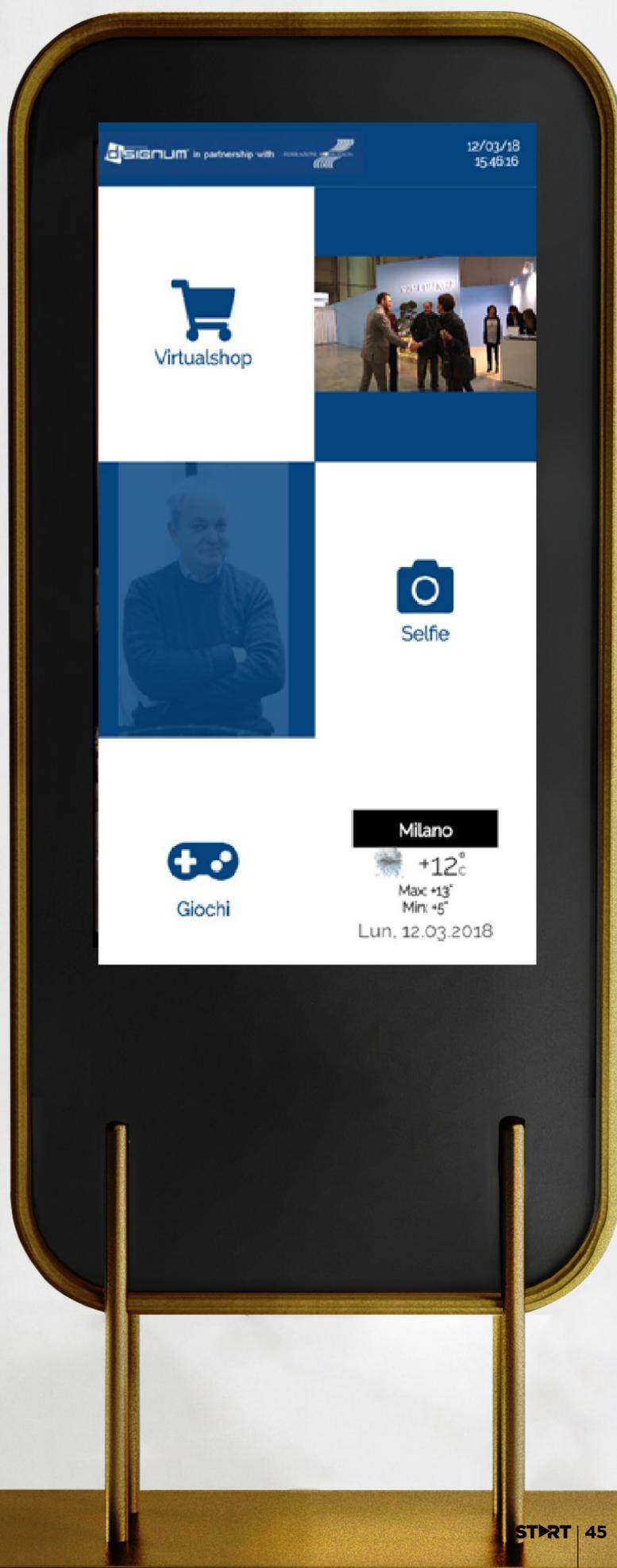
Qual è stata la vostra più grande soddisfazione?

Vedere messa in pratica dai clienti l'idea di omnicanalità che avevo messo a fuoco nel 2011.

Quali sono i vostri obiettivi futuri?

La nostra piattaforma iNova Retail è matura, vorremmo aumentare ulteriormente il parco clienti e implementare costantemente la tecnologia cavalcando l'innovazione sempre.

E.D.



Cinque sfide e una soluzione

I continui sviluppi della tecnologia digitale e i progressi dell'e-commerce stanno profondamente cambiando il nostro modo di acquistare prodotti e servizi. Ecco la proposta di Disignum con iNova Retail.

Una recente ricerca Ipsos ha messo in luce che i continui sviluppi della tecnologia digitale e i progressi dell'e-commerce stanno profondamente cambiando il nostro modo di acquistare prodotti e servizi. Si tratta di un documento che risale a prima del lockdown di marzo 2020, precisamente a gennaio, che quindi non ha potuto registrare quanto i provvedimenti relativi al Covid-19 abbiano accelerato la tendenza a trovare soluzioni omnicanale.

Le cinque sfide

Sono i cinque principali cambiamenti che il retail sta affrontando.

1. Complessità della scelta: la varietà di prodotti offerti oggi incoraggia i consumatori a prendere

scorciatoie decisionali. È compito dei retailer rendere le decisioni dei consumatori intuitive e fluide.

2. Preferenze di pre-acquisto: la reputazione di un brand è estremamente rilevante e influenza fortemente le decisioni di acquisto dei consumatori.

3. La rivoluzione digitale: poiché i touchpoint digitali possono danneggiare o rafforzare le preferenze del brand, è fondamentale avere la giusta presenza digitale.

4. Modelli di e-commerce dirompenti: l'e-commerce sta crescendo e oggi rappresenta circa il 14% delle vendite globali. Nuovi modi di fare shopping emergono ogni giorno, incorporando canali social, strumenti ad attivazione vocale e ramificazione nei servizi.

5. Omnichannel retailing: il mondo

fisico e quello digitale si stanno fondendo, i retailer hanno sempre più bisogno di offrire soluzioni continue; la fluidità sta diventando una nuova moneta in grado di differenziarli.

La proposta iNova Retail

In questo contesto si muovono iniziative come quella di Disignum, azienda che offre servizi e soluzioni tecnologiche innovative per la Digital Transformation nel Retail. "Tra le altre - spiega Marco Andolfi, fondatore e Ceo - abbiamo messo a punto iNovaRetail, una soluzione tecnologica per semplificare la gestione dello store e la relazione con il cliente, migliorandone la customer experience online e offline".



“Dopo sei mesi di utilizzo di iNovaRetail i nostri clienti hanno registrato una crescita del 12% sullo scontrino medio, un importante aumento del fatturato e, inoltre, un significativo incremento nella pedonabilità dello store (+20%)”

Marco Andolfi,
fondatore e Ceo
di Disignum



Come funziona la piattaforma

La piattaforma è composta dai seguenti quattro moduli principali ed è integrabile con soluzioni personalizzate.

- 1. Customer Insight:** modulo che permette di gestire i contatti B2B e B2C per profilare il cliente finale. Costruisce la cronologia delle vendite e delle azioni digitali del singolo cliente. Consente l'attivazione di Fidelity e Loyalty Program.
- 2. Promotion Machine:** consente la realizzazione di attività di marketing automation per mezzo di trigger e direct marketing con SMS, e-mail e social media marketing per creare efficaci promozioni targettizzate
- 3. Omnichannel Revolution:** permette al cliente di entrare in contatto con il prodotto dove, quando e come vuole. Collega il negozio fisico all'e-commerce e controlla l'andamento del business con report e statistiche dettagliate;
- 4. Smart Store:** consente di portare la rivoluzione digitale nello store fisico consigliando il prodotto giusto, informando, promuovendo e creando offerte ad hoc, il tutto mentre intrattiene e studia il comportamento del consumatore.

PER INFORMAZIONI:
<https://www.disignum.it/>

Si tratta di una piattaforma tecnologica in cloud che consente, in una unica soluzione, di gestire e raccogliere informazioni da diversi touchpoint digitali (newsletter, app, social network) e dagli elementi fisici nel punto vendita (schermi interattivi, sensori, tablet). **Ogni touchpoint svolge un ruolo fondamentale nel creare un profilo sempre più definito per inviare comunicazioni customizzate ad ogni singola persona, migliorando il rapporto fra azienda e cliente, durante tutte le fasi d'acquisto.** “Abbiamo sviluppato software per integrare applicazioni e soluzioni esterne (SDK) - prosegue Andolfi -. Dopo sei mesi di utilizzo di iNovaRetail i nostri clienti hanno registrato una crescita del 12% sullo scontrino medio, un importante aumento del fatturato e, inoltre,

un importante incremento nella pedonabilità dello store (+20%)”.

La soluzione per il franchising

La soluzione, pensata per catene di franchising, negozi multibrand e produttori (con le versioni Enterprise e Small), permette di soddisfare le necessità di un consumatore sempre più esigente che si aspetta di comprare dove vuole, quando vuole e come vuole. **Per fare questo, iNovaRetail gestisce pienamente l'omnicanalità e i servizi tipici dell'eCommerce, anche all'interno del negozio fisico, garantendo un'esperienza “seamless” che integri in modo fluido e personalizzato l'online con l'offline.**

Roberto Lo Russo