



punto
impresa
digitale

Scenario del Retail 4.0:
dati e trasformazioni
front-end e back-end
di Silvano Magnabosco (Ifoa)

1. Cos'è l'impresa 4.0? **Filmato:** Industria 4.0 - Le nostre imprese si raccontano



<https://www.youtube.com/watch?v=Ob6zaPOUZD8>

1. Cos'è l'impresa 4.0?

- E' un modello di produzione e gestione di grandi aziende, piccole, medie e micro aziende, «basato sulla connessione tra sistemi fisici (oggetti) e digitali, analisi complesse attraverso Big Data e adattamenti real-time» (Piano Calenda Mise).

I dati non sono più lasciati nella macchina ma messi in rete, a disposizione di tutti (nel cloud)



La disponibilità nel cloud di una grande quantità di dati permette - grazie a complessi algoritmi - enormi capacità di analisi delle informazioni

1. Cos'è l'impresa 4.0?

- Grazie ai dispositivi HMI (Advance Human Machine Interface) è facilitata la comunicazione dell'uomo con una o più macchine, rendendo più facile la loro gestione.



Linguaggio naturale (Natural Language Processing): interazione tra uomo e sistema informatico attraverso il linguaggio verbale.

Linguaggio dei gesti (delle mani, delle espressioni facciali, dello sguardo).



Linguaggio del tatto, utilizzo di superfici touch, abbinati a feedback aptici o acustici.

1. Cos'è l'impresa 4.0?

- Cloud, oggetti intelligenti e connessi in rete, grandi quantità di dati, capacità di estrarre informazioni e interpretarle ... hanno una forte implicazione sulla supply chain in termini di: accorciamento del processo, ottimizzazione delle singole fasi, customizzazione dei prodotti / servizi sui bisogni del cliente.

... l'Impresa 4.0 rivoluziona completamente la supply chain e i modelli di business, offrendo prodotti **personalizzati** in mercati ampi.



2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? **Filmato:** Millennials vs Baby Boomers



https://www.youtube.com/watch?v=_QzkgsEoYhQ

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? **Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto!**

2017

31,7 mio di persone over 14 anni nel comportamento d'acquisto usano la rete: ricerca informazioni, comparazione prezzi, recensioni, acquisto

2018

35,5 mio di persone over 14 anni nel comportamento d'acquisto usano la rete: ricerca informazioni, comparazione prezzi, recensioni, acquisto

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? **Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto!**



12,4 mio di InfoShopper: utilizzo della rete solo per raccolta di informazioni)

23,1 mio di eShopper: utilizzo della rete in tutte le fasi del processo di acquisto



2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Chi compra?**



Millennials: 18 / 37 anni. **83%** connessi Internet **+ 3%** su 2017



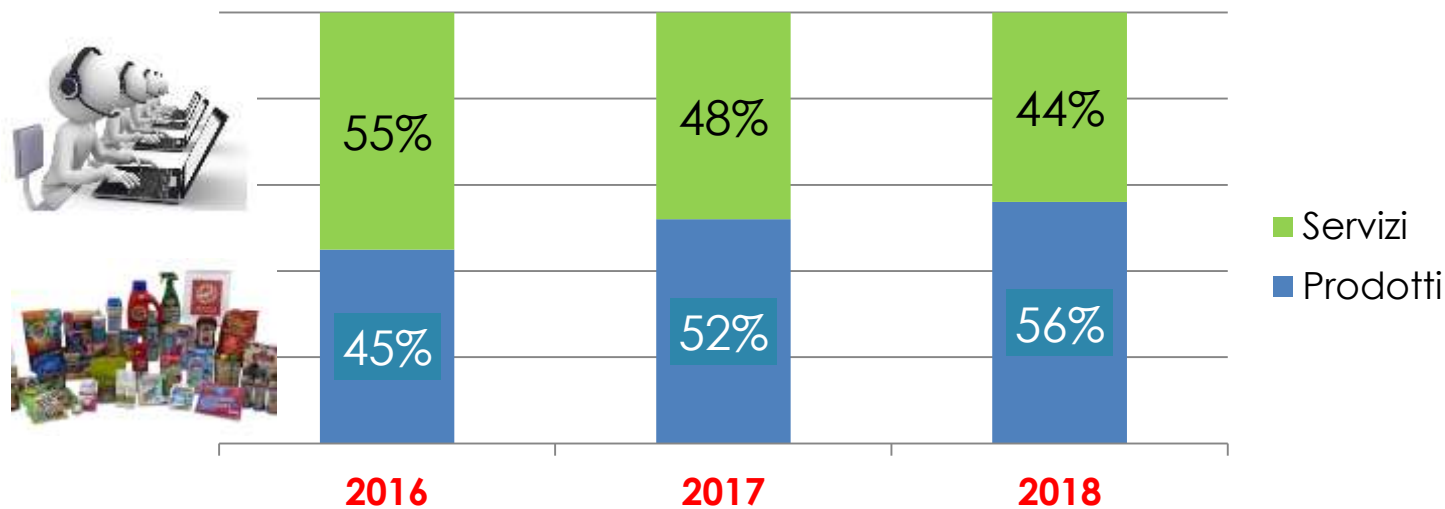
Generazione X: 38 / 55 anni. **76%** connessi Internet **+ 10%** su 2017



Boomers: 56 / 73 anni. **53%** connessi Internet **+ 28%** su 2017

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Cosa comprano?**

Totale: € 27 MLD (+ 15% su 2017)



2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Cosa comprano?**



Turismo (9,2 MLD, +7%)



Informatica ed elettronica di
Consumo (4 MLD, +28%)



Abbigliamento (2,5 MLD, +28%)



Arredamento e Food & Grocery
insieme valgono € 1,8 MLD

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Come comprano?**



Gli acquisti via smartphone crescono del 65% e superano quest'anno i € 5,8 MLD.

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Come comprano?**



Tra gli E-Shopper, 6,6 mio (+14% rispetto al 2016) si connettono in qualunque momento e dispositivo, esprimono una forte dimensione relazionale / sociale in tutte le fasi di relazione con la marca.



2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Come comprano?**

Alta frequenza degli acquisti



5,2 mio Pragmatici

Acquisti senza fronzoli e focus sulla convenienza



6,6 mio Ovunque

Sempre e ovunque



6,2 mio Curiosi

Acquisti per curiosità e focus sull'assortimento

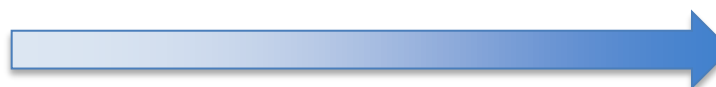


5,1 mio Razionali

Acquisti razionali e focus sul risparmio

Bassa frequenza degli acquisti

Bassa frequenza di ricerca e condivisione

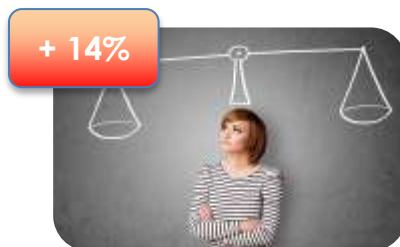


Alta frequenza di ricerca e condivisione

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Come comprano?**



**L'eCommerce
non è più solo
prezzo basso!**



5,2 mio Pragmatici

Acquisti senza fronzoli e
focus sulla convenienza



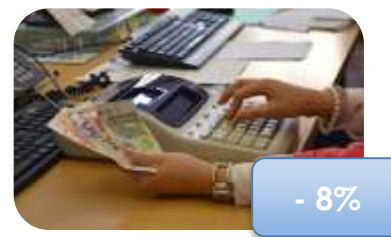
6,6 mio Ovunque

Sempre e ovunque



6,2 mio Curiosi

Acquisti per curiosità e focus
sull'assortimento



5,1 mio Razionali

Acquisti razionali e focus sul
risparmio

2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato
sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Perché comprano?**



2. Come l'impresa 4.0 trasforma lo store? Qualche dato
sull'evoluzione dei comportamenti d'acquisto! **Perché comprano?**



Urbanizzazione



FAMILY

Famiglie ristrette



Ruoli di genere



Hi Tech

La società impaziente, l'acquisto frammentato!



In store Vs e-commerce,
sinergia o guerra?
di Silvano Magnabosco (Ifoa)

3. Quali sono le **strategie vincenti dello «store»** per cavalcare l'onda.
Filmato: Realtà Aumentata - Arredamento

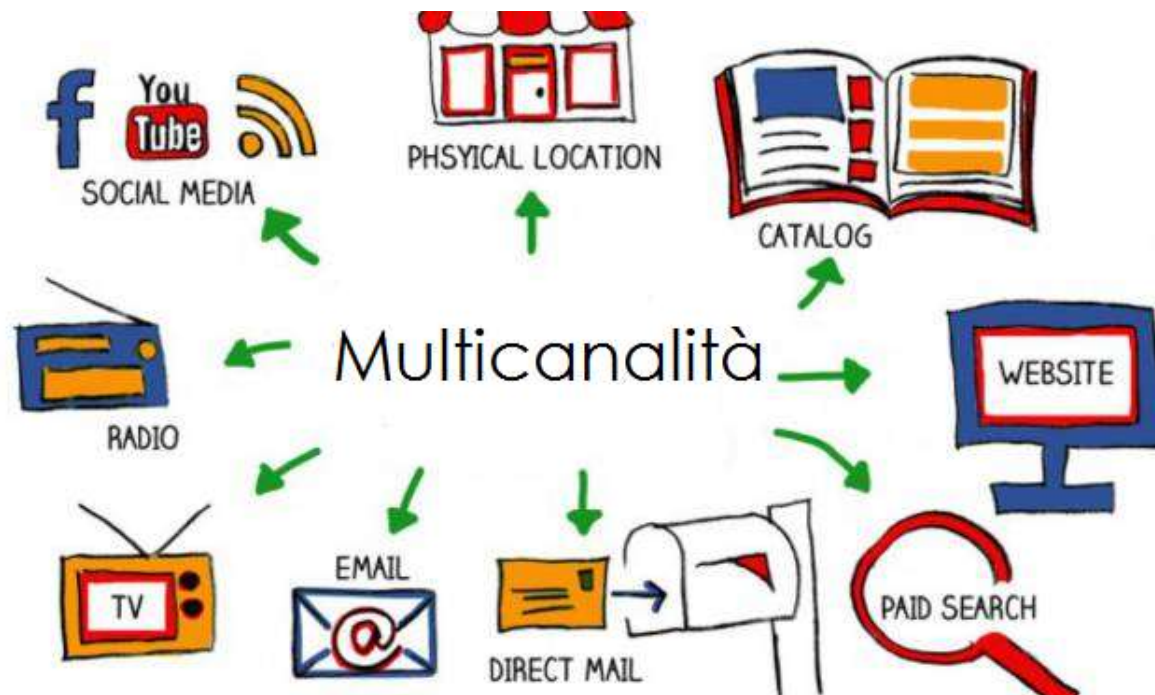


https://www.youtube.com/watch?v=j7psmda4_Tw

3. Quali sono le **strategie vincenti dello «store»** per cavalcare l'onda.
- ... *cavalcare l'onda*: i consumer ricercano informazioni on line ...
 - nel negozio (**6,9 mio + 9%** sul 2017)
 - A casa (20,5 mio + 5,9%)
 - on the road (6,4 mio + 1,1%)
 - nel luogo di lavoro (4,9 mio - 1,7%)
 - ... la strategia vincente, **la multicanalità**: l'utilizzo di diversi canali (negozi fisici, online, mobile) a supporto del processo di interazione azienda-consumatore (pre-vendita, acquisto e post-vendita)

3. Quali sono le **strategie vincenti dello «store»** per cavalcare l'onda.

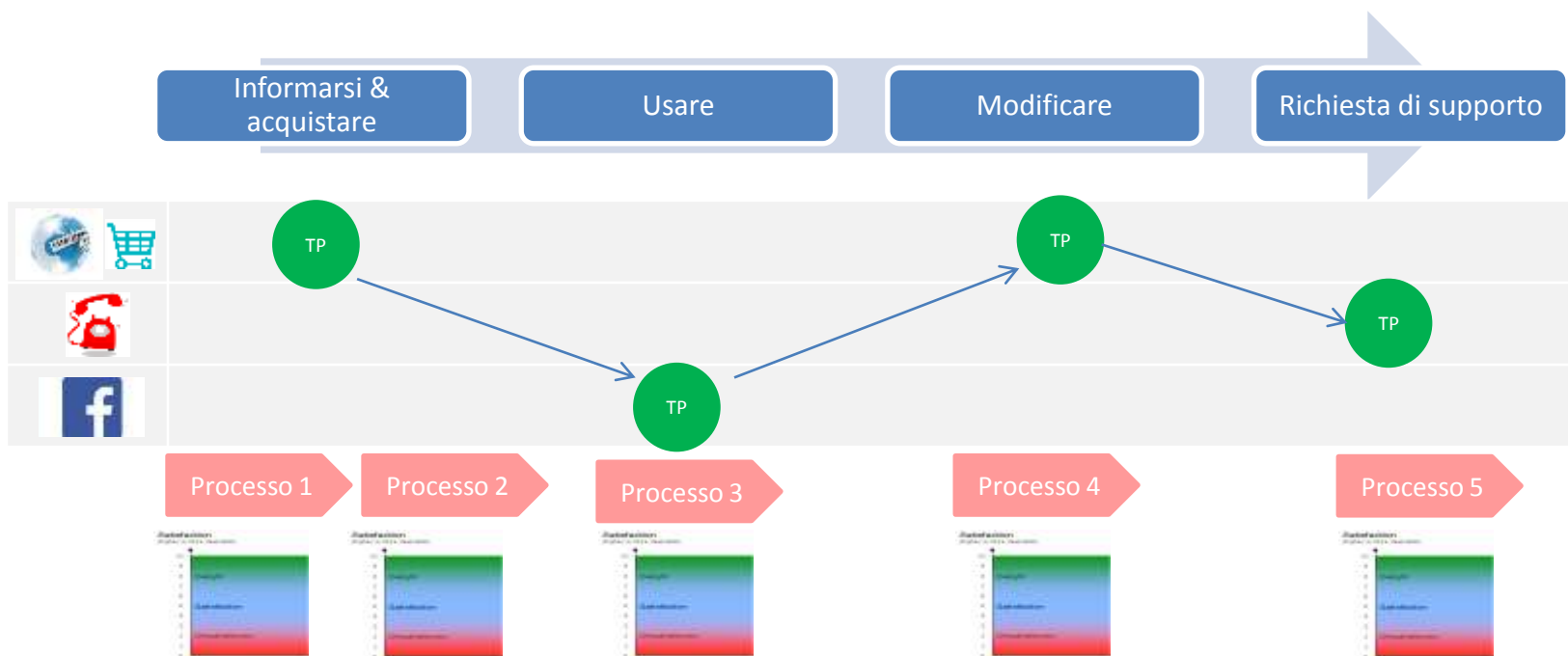
- Coniugare, relazionare, integrare gli elementi tradizionali dello «store» (fisicità, territorialità, relazione «one to one» ...) con i nuovi mo(n)di dell'acquisto:



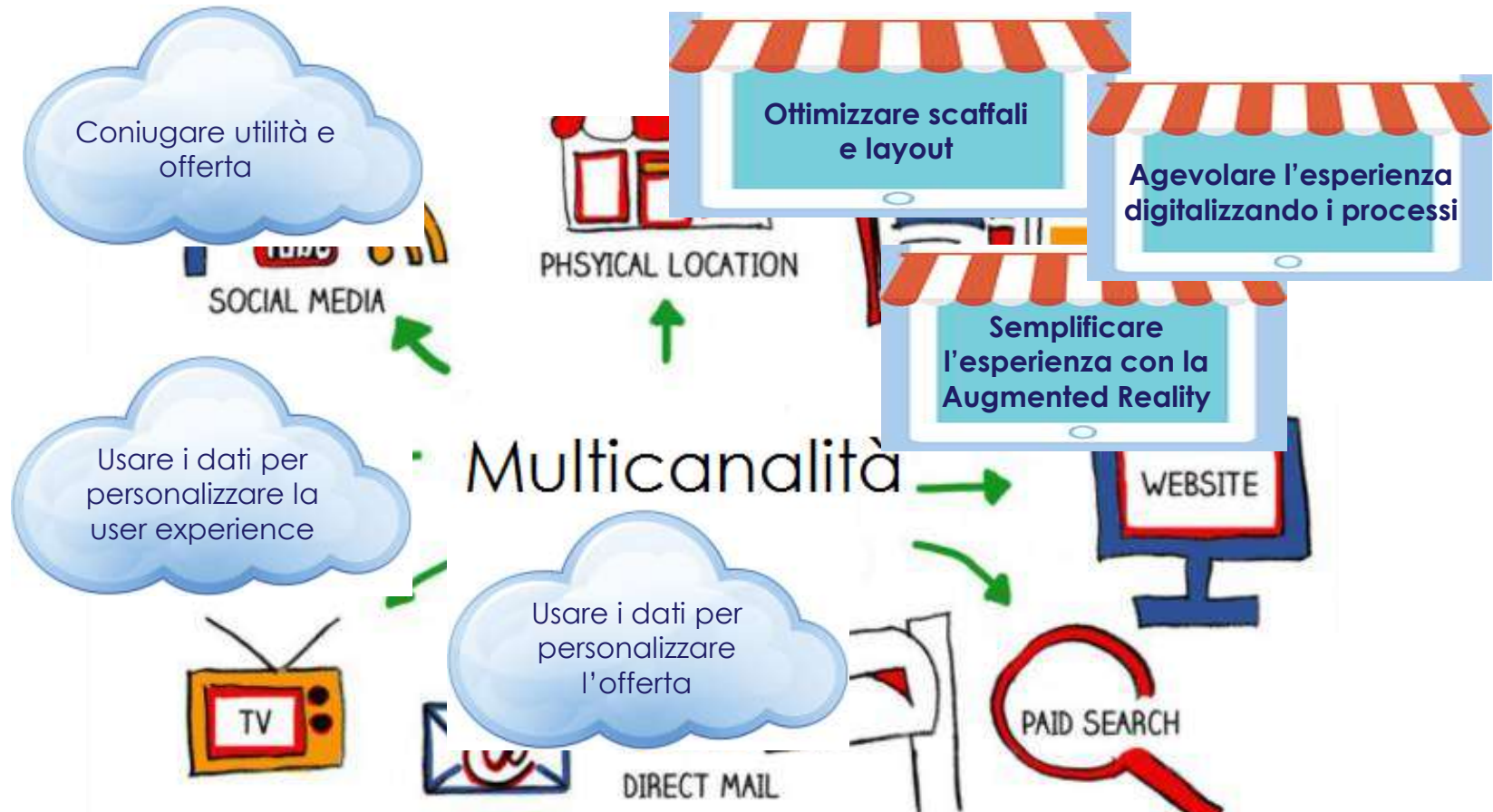
3. Quali sono le **strategie vincenti dello «store»** per cavalcare l'onda.

- I vantaggi della strategia della multicanalità:
 - Acquisire, aggiornare e implementare dati e informazioni sul comportamento d'acquisto dei consumer
 - Fornire informazioni utili, aggiornate e costanti ai consumer sulla propria offerta
 - Relazionare questi flussi informativi

3. Quali sono le strategie vincenti dello «store» per cavalcare l'onda.
Organizzare / misurare / implementare la Customer Experience.



3. Quali sono le strategie vincenti dello «store» per cavalcare l'onda. **Come?**



4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Come?**



Scaffali intelligenti e collegati in rete.

- Uno schermo fornisce contenuti video con informazioni aggiuntive e messaggi emozionali sul prodotto che il cliente prende dallo scaffale
- Il magazzino diventa un'estensione dello spazio espositivo perché il cliente può "sfogliare" sui display o sul proprio dispositivo i prodotti presenti
- Una piattaforma in cloud di big data analytics traccia i dati sui flussi: tempo medio di sosta davanti alla vetrina, numero di clienti che decidono di entrare nel negozio, ecc.
- Facilitare i pagamenti, che potranno essere effettuati semplicemente con il proprio smartphone

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Come?**



Scaffali intelligenti e collegati in rete.

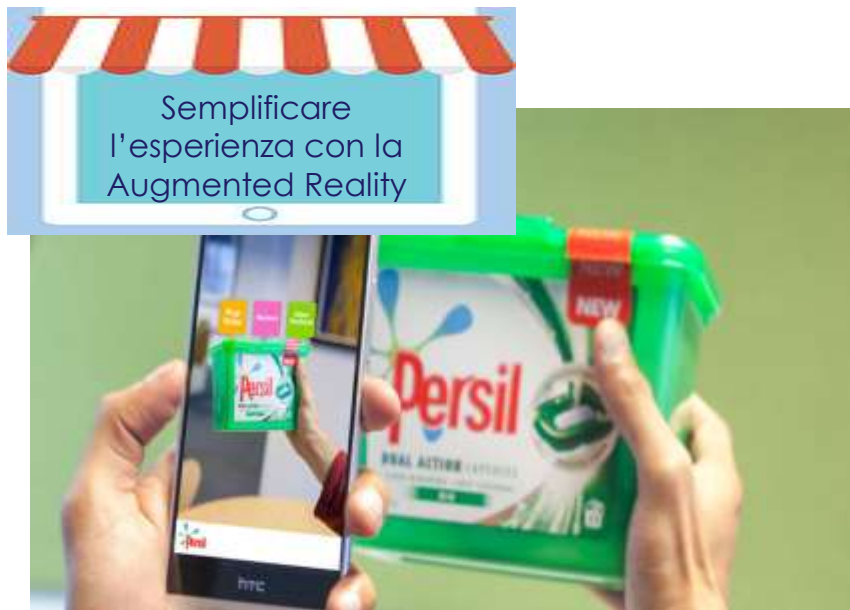
- Prevenzione scarsità delle scorte (*fine del «è finito»!*)
- Assortimento su analisi predittive (*verso scorte invendute 0!*)
- Dati per cross selling e up selling nello store (*progettare il percorso!*)
- Dati sull'evoluzione degli acquirenti (*tracciare l'evoluzione dei dati per costruire trend!*)

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Filmato:** Scaffale Intelligente



https://www.youtube.com/watch?v=LkCLd_CXq_0

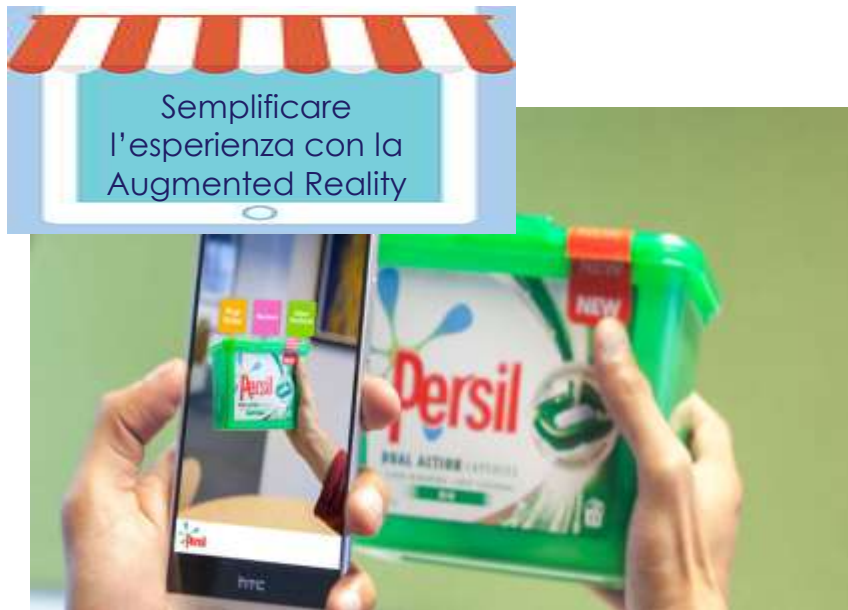
4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Come?**



Augmented Reality.

- Utilizzo dei dispositivi (tablet , smartphone, occhialini Google ...) per integrare / approfondire informazioni sul prodotto
- Facilità d'uso con comandi vocali e touch screen
- Integrazione con le altre funzioni del dispositivo: telefonare, visualizzare e inviare SMS, scattare foto o registrare video

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Come?**



Augmented Reality.

- Ricerche su Google, esplorazione web *(«ne so di più ...»!)*
- Sguardo ai social ... *(condividere impressioni, richiedere valutazioni, cogliere emozioni ...!)*
- Integrazione con le altre funzioni del dispositivo: telefonare, visualizzare e inviare SMS, scattare foto o registrare video ... *(relazionarsi e documentare l'esperienza nello store!)*

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Filmato:** La realtà aumentata per le aziende



<https://www.youtube.com/watch?v=qUvQes4BP4o>

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Come?**



Digitalizzazione dei processi.

- Strumenti software, hardware, comunicativi (sito, e-commerce) e cloud per integrare organizzazione, informazioni, documenti ...
- Facilitare la gestione della complessità, riducendo errori e costi: in tempo reale gestire lo showroom, il magazzino e i fornitori
- Possibilità di predire i ri-acquisti dei clienti: sviluppi delle preferenze (colori per gli abiti, alimenti preferiti, accessori per auto ...)
- Rendere piacevole l'esperienza nel negozio dei clienti ...

4. Le strategie multicanale per cavalcare l'onda. **Filmato**: Soluzioni digitali per il punto vendita e il digital retail



<https://www.youtube.com/watch?v=MIKzutDcl1o>