



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ASCOM CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA

NEGOZIO 4.0

TRASFORMARE UN NEGOZIO SFITTO IN UN AULA PER IL DIGITALE

I PARTNER



Organizzazione:
CEDASCOM S.p.A.

Con il contributo:
 CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA
Camera dell'Economia

measurement
insights into results



ilmas
FORME DI LUCE INTELLIGENTE

I TECHNOLOGY CONSULTING ANALYST

N I M A I / • K A N S O •

SCOPO DEL PROGETTO

Temporary Store «innovativo» come strumento di rigenerazione urbana & di supporto all'innovazione

Riattare negozi chiusi usando tecnologie di rigenerazione rapide e a basso costo e nuove soluzioni digitali (tappezzerie stampate in digitale, luci che decorano, soluzioni digitali senza fili e «plug & play», ...)

Collegarli a un ecosistema di aziende e professionisti (dal vetrinista all'esperto di marketing digitale) che ne semplifichino la gestione e ne rafforzino il marketing

Affittarli per periodi limitati (per aumentare la rotazione dei negozianti) consentendo di unire l'attività commerciale in luogo visibile con l'apprendimento sul campo di metodi e tecnologie innovative «legate» al negozio



In questo modo le vetrine chiuse si trasformano in veri e propri **AULE «SU STRADA»** dove si svolge un master in **"gestione e valorizzazione del punto vendita innovativo"**

Il punto di partenza: la bussola «Il negozio nell'era Internet» come guida nella rigenerazione del negozio



COLLANA LE BUSSOLE

IL NEGOZIO NELL'ERA DI INTERNET



GLI AUTORI

IL NEGOZIO NELL'ERA DI INTERNET



Fabio Favio:
Responsabile del settore politiche per lo sviluppo di Confcommercio. Laureato in economia e con un MBA alla New York University, è stato project leader in Boston Consulting Group e responsabile dell'area marketing e credito di Confcommercio.



Andrea Granelli:
Liceo classico, laureato in Informatica e diploma post-universitario in psichiatria. Già in McKinsey e CEO di tin.it e di TILab, è presidente di Kanso, società specializzata in Innovazione e change management. Ha diverse pubblicazioni su tecnologie digitali e Innovazione.



Roberto Pone:
Laurea in economia alla Luiss, dal 2006 consulente di management presso Kanso. Specializzato nell'uso del digitale per la competitività delle imprese e in nuovi modelli di Innovazione nei servizi. Ha partecipato a numerose commissioni di valutazione sull'innovazione.



Giovanni Catalano:
Funzionario Confcommercio. Laurea in economia all'Unical con Master in politiche di sviluppo e coesione all'Università di Parma. Dottore Commercialista e consulente per lo startup di Impresa. Dal 2006 segue l'innovazione nel settore retail e partecipa alla giuria del Premio Nazionale per l'Innovazione nei Servizi.



Uso pieno del digitale applicato al Punto vendita

Trasformare il negozio in un «web fisico» – luogo commerciale, relazionale e informativo – in grado di unire il meglio del fisico e del digitale:

1. Trasformare la **vetrina** in una vera Home Page (molto visiva e di richiamo)
2. Focalizzarsi e agganciare i **consumatori più interessati** (come profilo) o più vicini (come posizione fisica rispetto al negozio)
3. **Personalizzare** la visita (sapere chi è e cosa ha comprato e ipotizzare cosa cerca) e l'offerta in modo da creare unicità nel processo d'acquisto
4. Potenziare la **conoscenza dei propri clienti** trasformando ogni momento di interazione (touch point) anche in raccolta strutturata di dati
5. **Misurare** tutto ciò che accade nel negozio e nelle sue prossimità e poi analizzarle in modo periodico e sistematico con sistemi semplici e intuitivi (i dashboard)
6. Gestire il **post-vendita** mantenendo accesa e propositiva la relazione anche "**in assenza**"
7. **Decidere informati** usando il più possibile dati oggettivi (di vendita – miei e confrontati con i concorrenti, gestionali, di manifestazione di interesse, di flusso pedonale) e non solo la sua esperienza e i luoghi comuni

I PRODOTTI UTILIZZATI

Dotazione del negozio

Carta da parati «su misura» stampata digitalmente (Jannelli & Volpi): per rendere le vetrine più attraenti e ridurre i costi e la complessità dell'allestimento

Sistema di proiettori di luce «Over Led Ps»(Midi): proiettori a luce LED bianca «calda» per rendere più nitidi i prodotti esposti in vetrina e facilitare il suo allestimento

Registratore di cassa 4.0 Nettun@ 7000 Plus (Olivetti): tra i più versatili, è predisposto all'invio telematico (o verso il commercialista o in cloud) dei dati di cassa, alla ricezione di pagamenti Satispay e all'integrazione di WCards

Servizio di Analytics Nettun@Cloud (Olivetti): il servizio di Analytics del registratore di cassa, permette l'accesso da remoto (anche da mobile) ai dati di vendita, ovviamente insieme ad una serie altri KPI (es. prodotto più/meno venduto ecc)

Servizio di Digital Marketing e Loyalty Wcards (Olivetti): permette di creare programmi fedeltà, coupon, gratta e vinci (all play all win), comunicare eventi e news, gestire il passaparola on line e i beacon per proximity marketing e analytics via beacon

Le vetrine virtuali Olisignage (Olivetti): è il servizio cloud di Digital Signage che permette di creare e distribuire contenuti su device Video che creano vetrine interattive (sia nel negozio che nella vetrina fisica); facile da utilizzare e da configurare con una serie di template pronti per essere personalizzati. La Playlist sceglie cosa fare vedere e quando farlo vedere

Dotazione del negozio

Real-Time Performance Analytics (Measurement): antenne che misurano le persone che passano davanti al negozio, si fermano in vetrina ed entrano nel negozio

Servizio «Elevate» (Measurement): strumento di marketing che permette di far uscire il cliente dall'anonimato grazie a un «marketing check-in» che consente di censirlo (nome, telefono e sesso) con poche azioni e a fronte di una semplice azione promozionale indoor

Data Retail Analysis (TIM): fornisce ai clienti una serie di funzionalità che permettono di supportare azioni di geomarketing ed effettuare scelte operative ottenendo vantaggi facilmente misurabili

Piattaforma di social marketing (Nimai): campagna di lancio, storytelling digitale e videocase history

Carta da parati «su misura» stampata digitalmente



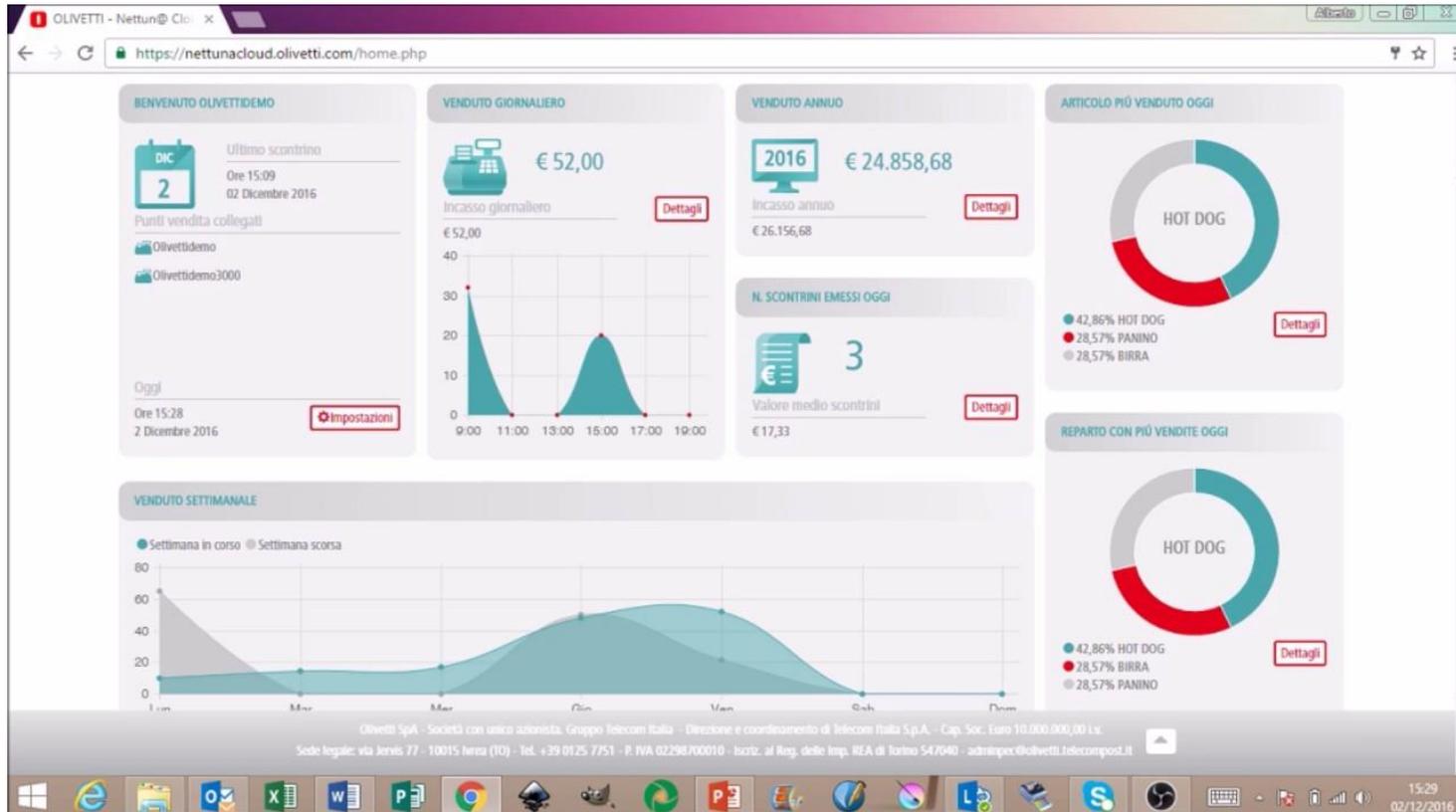
Sistema di proiettori di luce «Over Led Ps»



Registratore di cassa 4.0 Nettun@ 7000 Plus



Servizio di Analytics Nettun@Cloud



Servizio di Digital Marketing e Loyalty WCards



- ▶ **Loyalty Card Digitali** e sempre disponibili sulla APP del Cliente
- ▶ Possibilità di **Scannerizzare carte fedeltà fisiche** del Cliente



- ▶ **Nessun limite** al numero dei **Coupon/Voucher/Promozioni** realizzate dal Commerciante
- ▶ **Analitiche degli Invii, apertura e riscatto Coupon/Vouche/Promozioni**



- ▶ **Possibilità di creare «Gratta e Vinci» promozionali**
- ▶ «Gratta e Vinci» in modalità «All Play - All Win» - analitiche disponibili



- ▶ **Passaparola On-Line** digitali per trasformare il Cliente in Testimonial
- ▶ **Analitiche** sui ritorni delle azioni e «premi» selezionabili dal Commerciante



- ▶ **Proximity Marketing** su tutta la Clientela o su specifici Cluster
- ▶ **Invio di Messaggi, Push Promozioni ed assegnazione Punti**



- ▶ **News ed Eventi** da veicolare sulla propria Clientela
- ▶ **Invio su tutta la Clientela o solo su quella legata ad uno specifico punto vendita**



- ▶ **Database delle Clientela** sempre aggiornato
- ▶ **Segmentazione –sempre aggiornata- per Visita, Spesa, Livello di Membership**

Le vetrine virtuali Olisignage



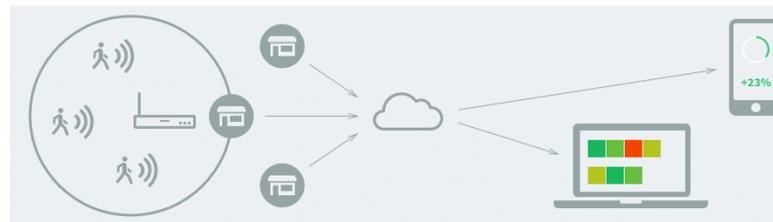
-  Video Catalogo
-  Video Game
-  Video Selfie & Social
-  Ingaggio
-  Gestione Code
-  Pubblicità Profilata VS non Profilata
-  Audio/Video Intrattenimento
-  Mappe Interne

Real-Time Performance Analytics

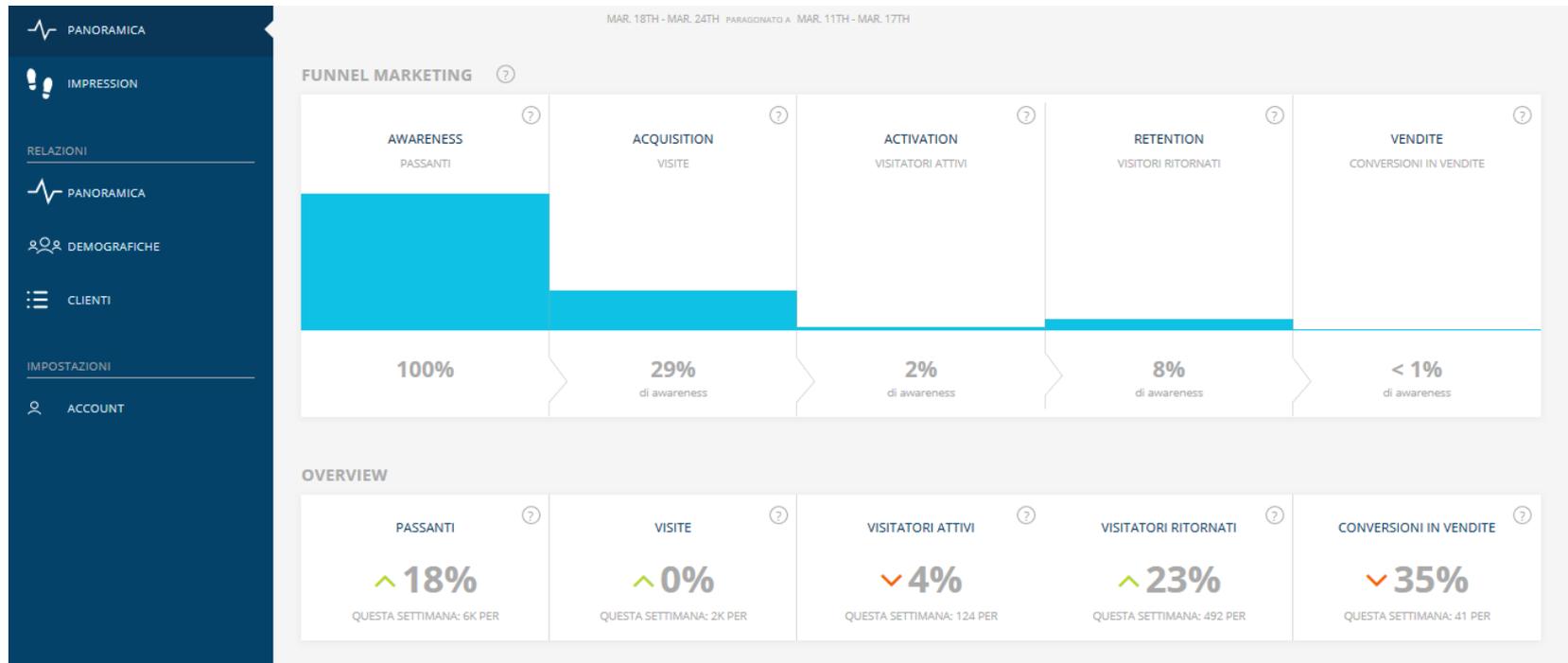
Make sense of your customers

- Store window changed today; compare conversion rates
- Increase in dwell-time: the new sales associates are improving service
- Unusually off-peak Wednesday afternoon
- More of your regular customers are coming back this week

Measurence is the intelligence platform for retailers:
It's like web analytics for your physical store



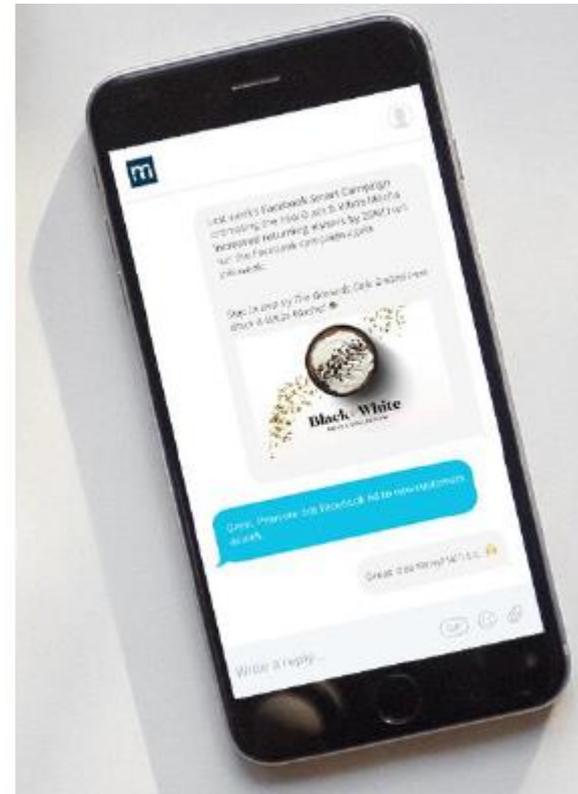
Real-Time Performance Analytics



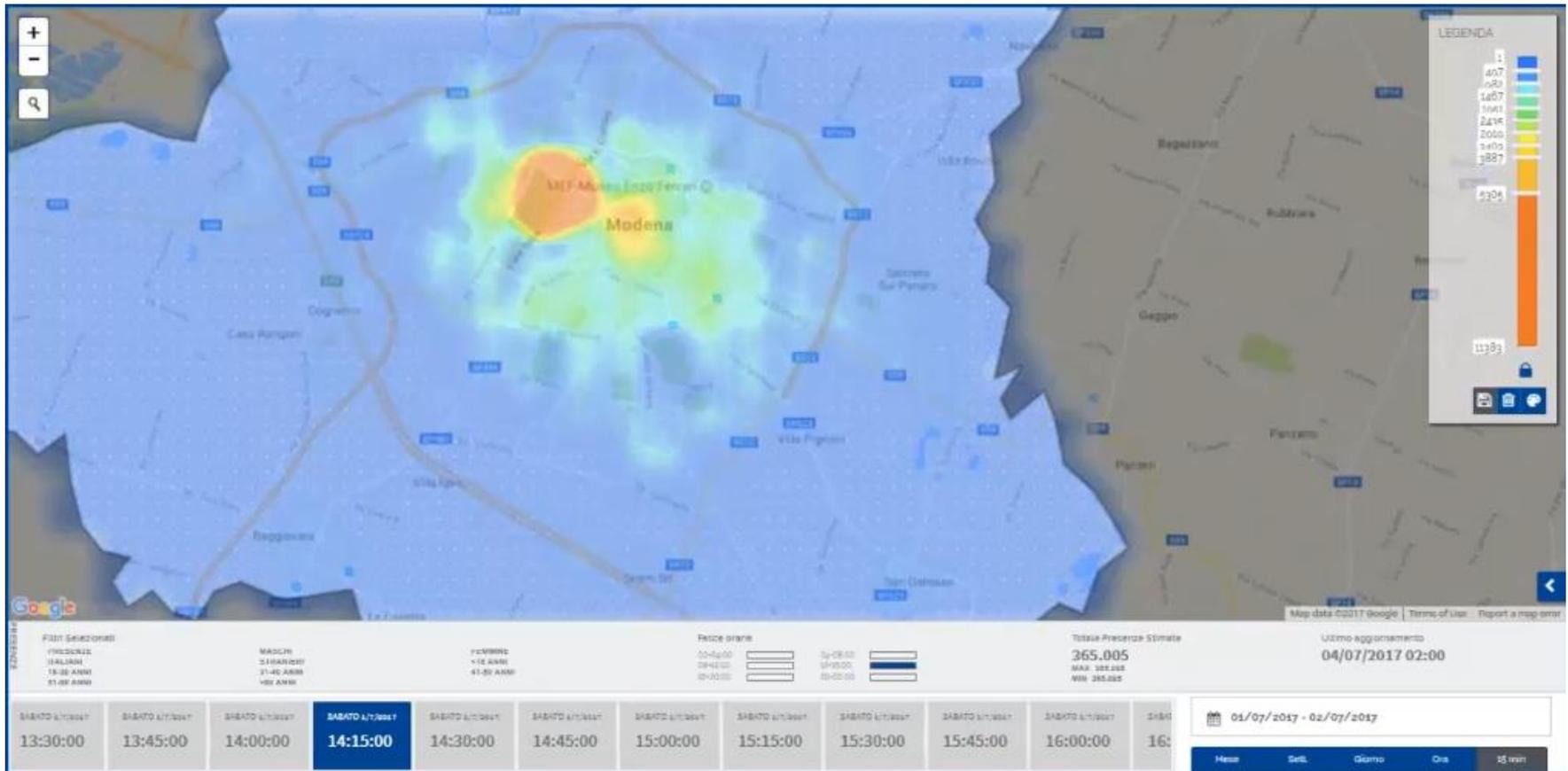
Servizio «Elevate» per il «marketing Check-in»

HOW IT WORKS

- Automatically collect **customers info, with our palm sized access point**
- Send personalized marketing messages based on customers' behavior
- Get actionable analytics to measure the success of your campaigns
- Find new targeted and profitable customers



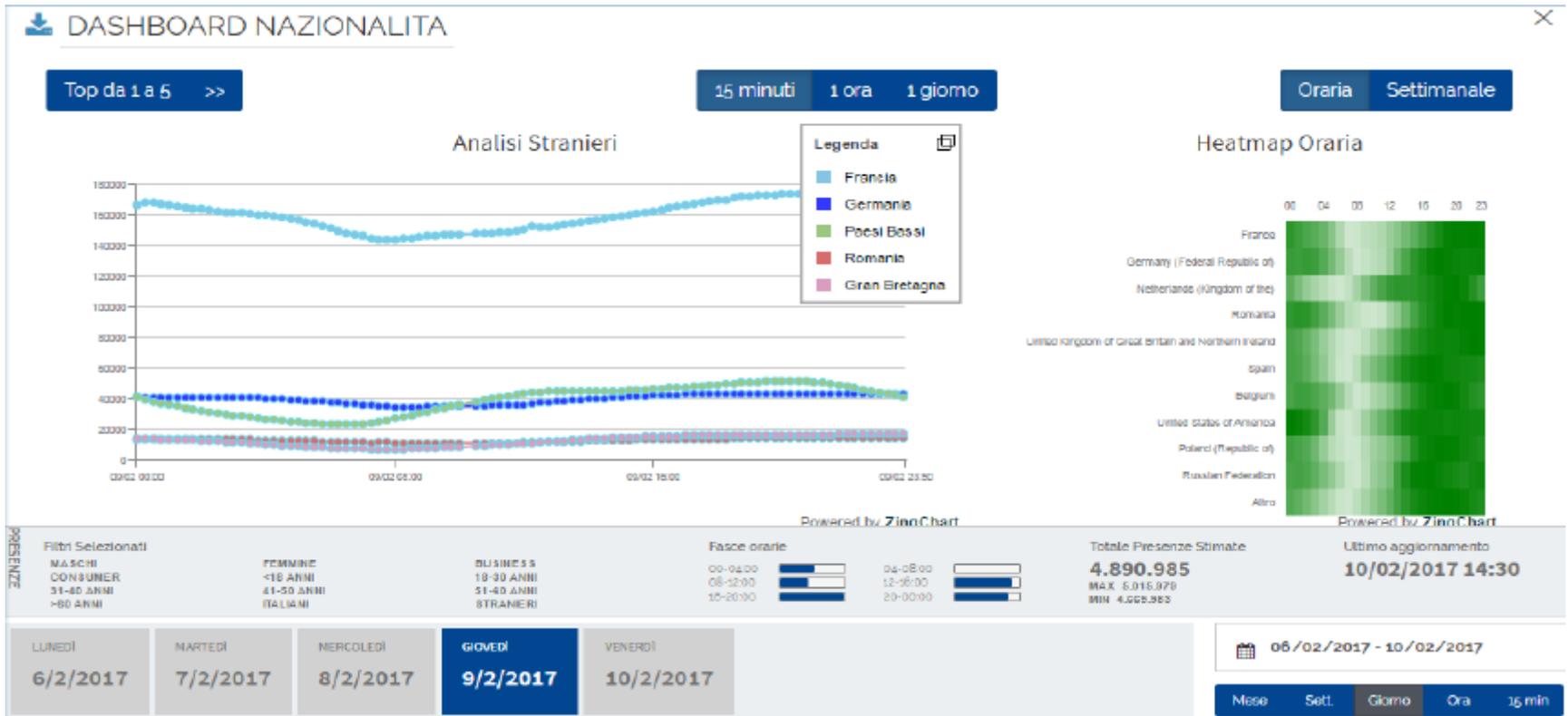
Data Retail Analysis



Data Retail Analysis

<p>→ CHI C'È.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mappa di presenza in near-real-time e su dati storici ▶ Dash board disponibili per le analisi d'interesse anche in modalità combinata nel periodo di riferimento
<p>→ CHI È.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mappa di presenza con indicazioni socio/demografiche in near-real-time e su dati storici ▶ Dash board disponibili per le analisi d'interesse anche in modalità combinata nel periodo di riferimento ▶ Indicatori di profilo: Presenze per sesso, nazionalità, fascia d'età , etc.
<p>→ DA DOVE VIENE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mappa di mobilità su dati near real time e su dati storici finalizzati all'analisi della provenienza ▶ Dash Board disponibili per le analisi d'interesse anche in modalità combinata nel periodo di riferimento ▶ Indicatori di profilo: Provenienza per sesso, nazionalità, fascia d'età , etc.
<p>→ DOVE VA.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mappa di mobilità su dati near real time e su dati storici finalizzati all'analisi della destinazione ▶ Dash Board disponibili per le analisi d'interesse anche in modalità combinata nel periodo di riferimento ▶ Indicatori di profilo: Provenienza per sesso, nazionalità, fascia d'età , etc.

Data Retail Analysis



Data Retail Analysis

TIM Data Retail Analysis - Provenienza

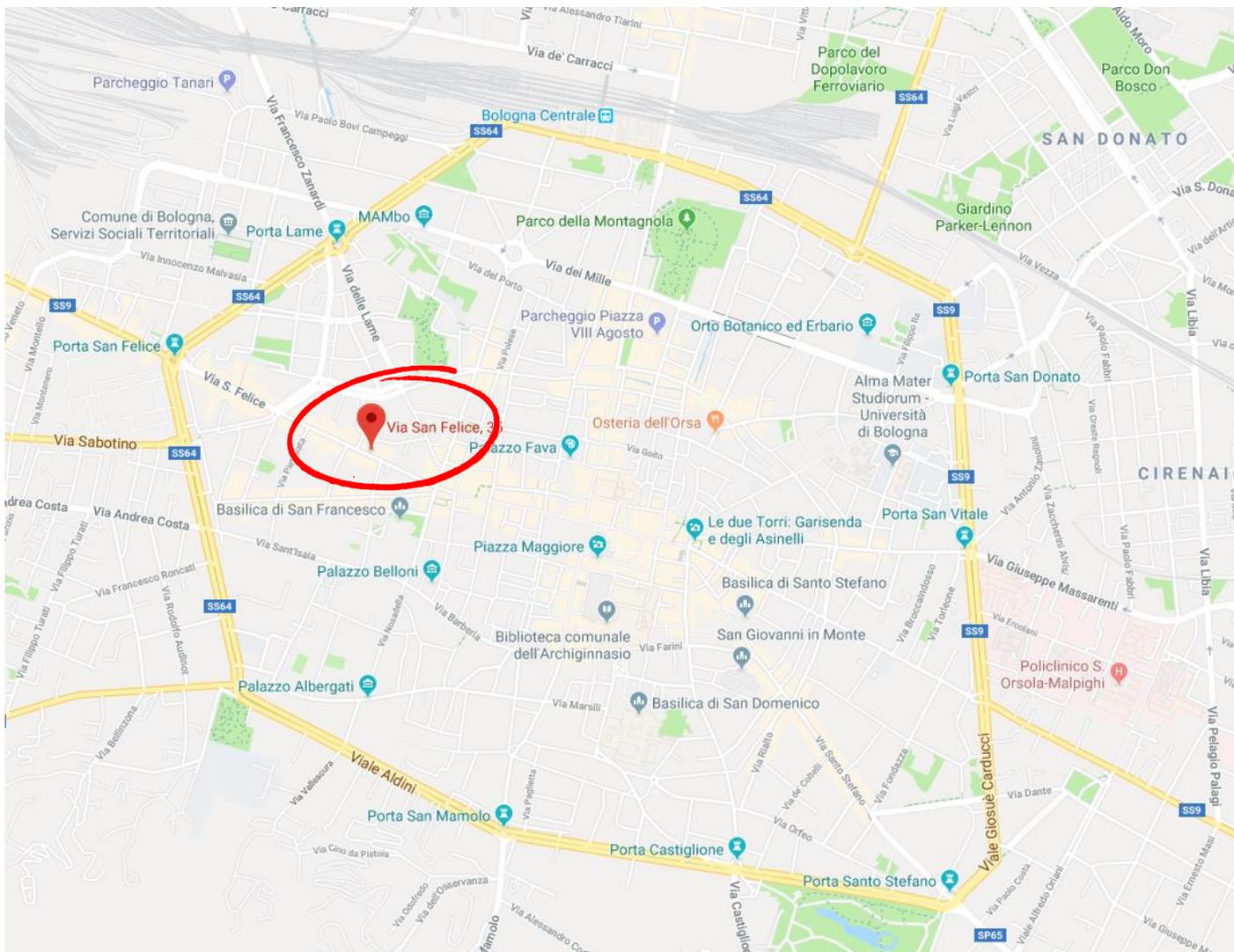
Per provenienza si intende la rappresentazione della popolazione pervenuta sull'area di analisi. L'area di provenienza è individuata sulla base di dove l'utenza era localizzata nella notte precedente (fasce orarie 22:00 - 06:00).

- Le provenienze sull'area di analisi sono aggiornate ogni 15 minuti



QUALCHE FOTO DEL PROGETTO

Negozio in posizione molto centrale a Bologna (Via San Felice 35) ...



... ma abbandonato da tempo



Iniziano i lavori ...



... e in poco tempo il negozio è attivo e «tecnologico»

