

Roberto Ravazzoni
UNIMORE

Elisa Fabbi
UNIMORE

Nuove coordinate digitali per il commercio



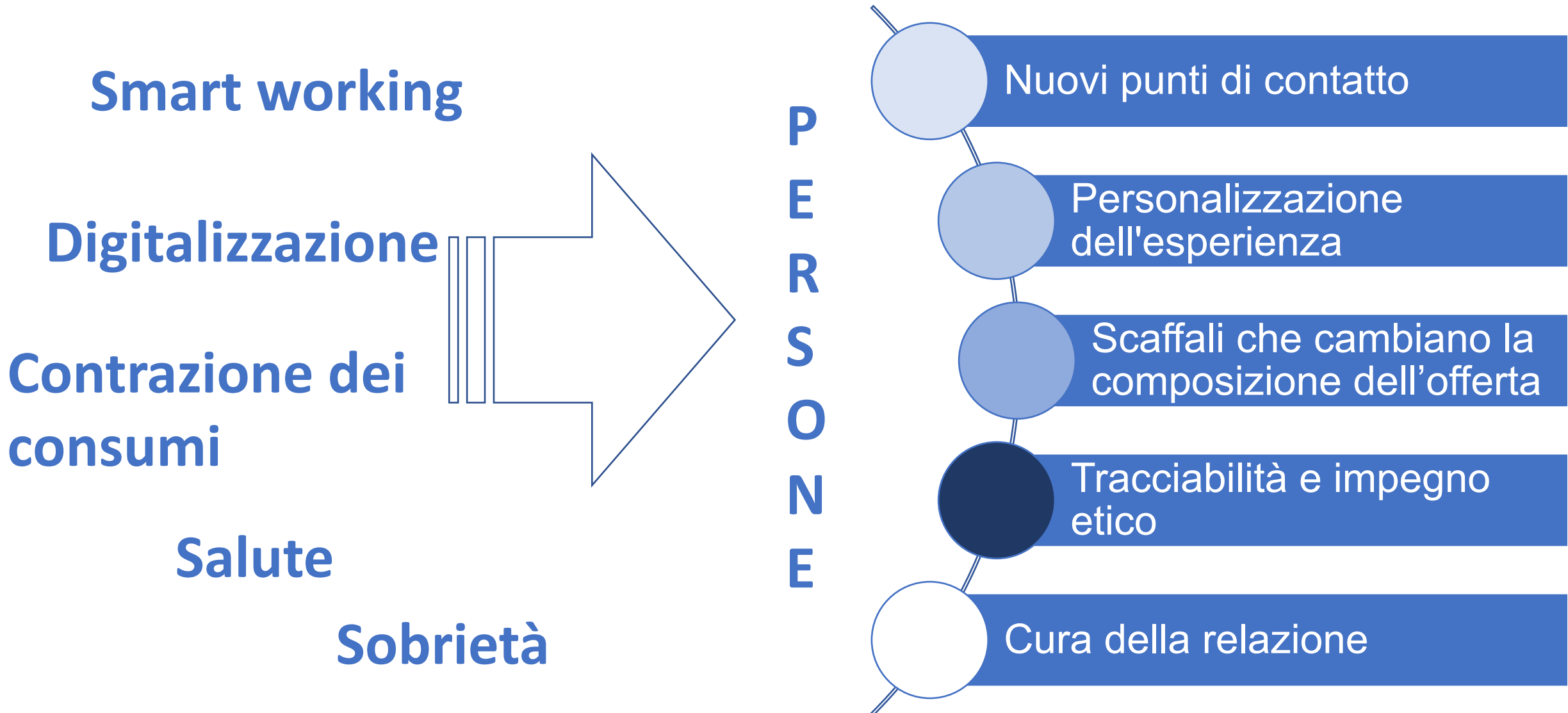
22 marzo 2021

Un nuovo mondo coraggioso

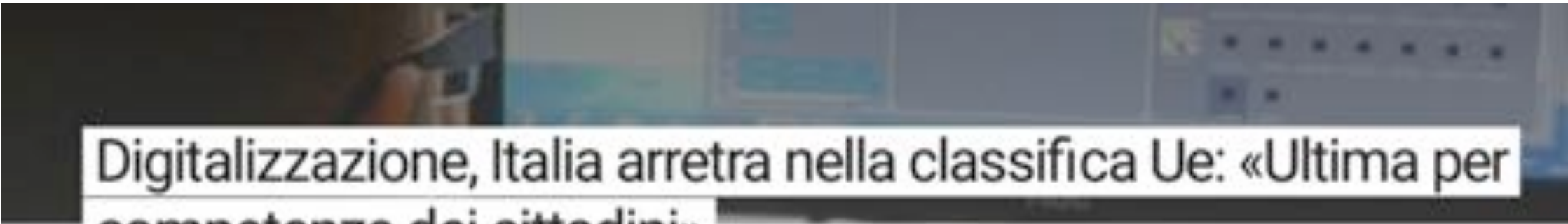


- *New normal?*
- Frenata dei consumi
- Accelerata ecommerce
- Digitalizzazione dei negozi e umanizzazione del digitale
- Ogni crisi è un'opportunità?!
- **Occorre affrontare la sfida partendo dalle organizzazioni, dalle persone e dai clienti**

Il «Reset» degli stili di vita



Il dilemma della digitalizzazione



Digitalizzazione, Italia arretra nella classifica Ue: «Ultima per competenze dei cittadini»

P

di Redazione

— Giugno 11, 2020 in Italia Tempo di lettura: 2min read

AA

- **Il 17% degli italiani non ha mai usato internet mentre il 74% degli italiani lo usa abitualmente.** Solo il 22% dispone di abilità avanzate (33% in Ue)

Digital journey
specifiche e
«graduali»

Innovazione senza
soluzione di
continuità

Importanza spazio
fisico

Le tre missioni in capo (*anche ...*) al commercio



TECNOLOGIE → PIANETA → SALUTE
CONNESSIONE

Dai dati alla *customer centrality*



- *Marketing data driven*
- Mettere al centro i dati significa mettere al centro la persona
- *Data curation*
- Gli investimenti sui dati sono ad alto valore aggiunto
- **Le realtà che riusciranno per prime ad attrezzarsi in tal senso potranno acquisire un vantaggio competitivo**

Una nuova domanda



Ricerca prezzi accessibili (premium vs. value)

Salute e sicurezza

Nuovo ruolo dello spazio

Attenzione alla sostenibilità

Nuove occasioni di consumo a casa



Esperienza digitale

Valori (e promozioni) rimangono prioritari per il cliente



Re: Feedback ordine

A: Elisa Fabbi

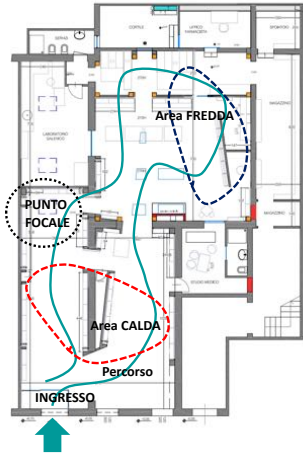
Gentile Elisa,

grazie per aver condiviso la tua esperienza, ci fa piacere sapere che hai la consapevolezza di aver avuto un po' di sfortuna: le piante sono state in viaggio per molto più tempo del previsto, questo non dipende né da te né da noi. È purtroppo mancata la professionalità di chi fa da tramite tra noi e i nostri clienti, per questo abbiamo già preso provvedimenti nelle apposite sedi.

Mi fa piacere omaggiarti di un buono del valore di € 30,00, il buono non ha scadenza e non è cumulabile. Sono certo che senza scioperi di mezzo potrai ricrederti riguardo all'esperienza d'acquisto.

Il 35-40% della popolazione è stato pesantemente investito dalle conseguenze della pandemia. Per questo occorre concentrarsi sul rapporto qualità-prezzo

Lo spazio deve essere (!) esperienziale



Ripensamento delle normali
percorrenze



Diversa concezione e
comunicazione
dell'assortimento



Attrezzature e materiali
riciclati (Ridurre, riutilizzare,
riciclare)

- Spazi retail in grado di intercettare **con velocità** i bisogni dei consumatori
- Modalità espositive ripensate in grado di suggerire invece che contenere, in grado di creare attenzione invece che posizionamento a scaffale
- **Il punto di forza degli store fisici rimane quello di costruire esperienze attraverso lo spazio**

...ma occorre comunicarlo ...



... a partire da subito!



«*Zero moment of truth*»: il primo contatto con l'offerta avviene attraverso l'imballo e il pacco...occorre personalizzare con creatività

Collaborazioni inedite e creatività



Libreria Carta Bianca e Enoteca la Zaira vi presentano:

---- Book&Burger! ----



In un colpo solo potrete soddisfare la vostra fame di cultura e quella... di qualcosa di buono!

Ordina entro mercoledì 1 aprile, alle 13, il libro che preferisci e l'hamburger con patate arrosto: ti verranno consegnati a casa la sera stessa!

L'hamburger è totalmente locale, con ingredienti dalle nostre botteghe:

- 🍞 pane del **Forno Garagnani**
- 🥩 carne di **Macelleria da Tiziano e Paolo**
- 🍅 verdure dell'Angolo dei Sapori
- 🧀 formaggio del **Caseificio Valsamoggia** (opzionale)

il tutto amorevolmente preparato da La Zaira, compreso il ketchup.



Potete anche aggiungere un'ottima birra artigianale **Green Dog Brewery**.

Prezzi:

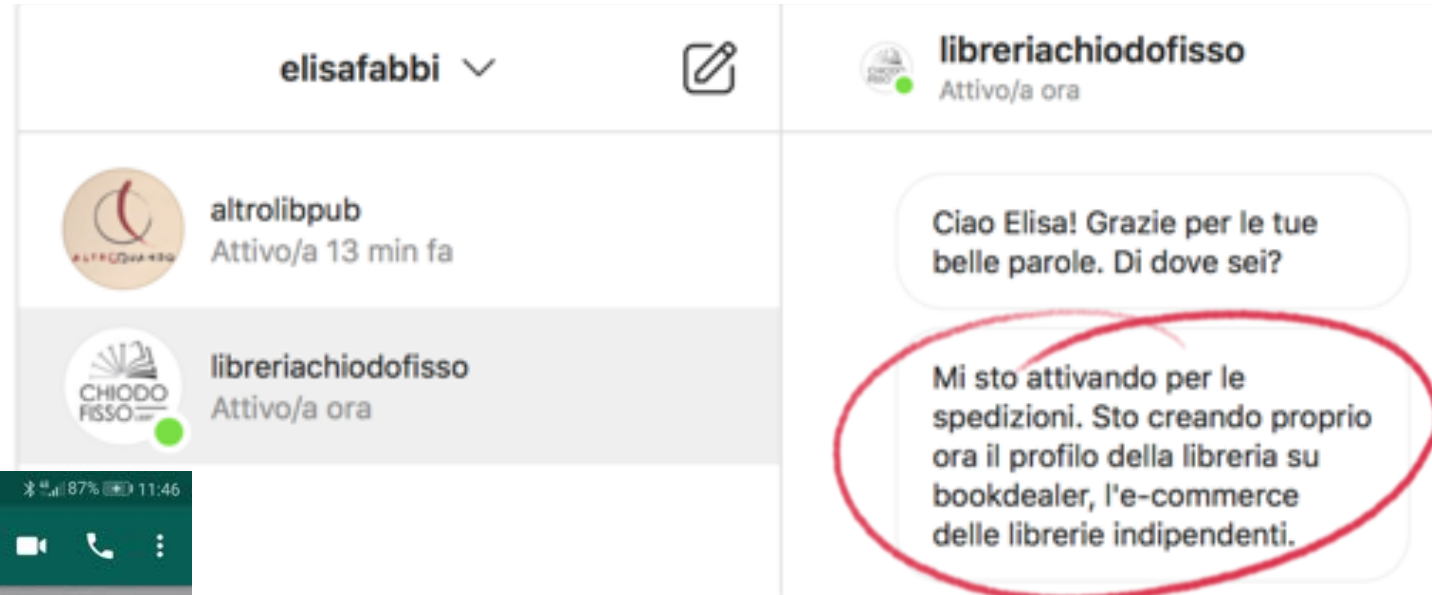
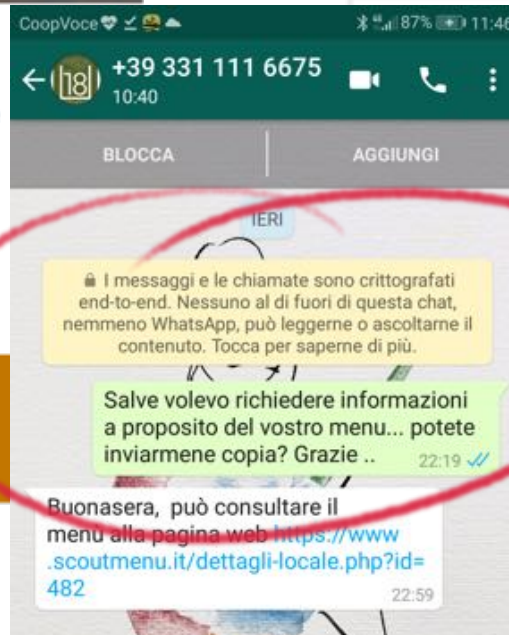
- 📖 libro prezzo di copertina
- 🍔 hamburger 10 €
- 🍺 birra 5 €



La tecnologia riduce le distanze



Piatti della tradizione e ricette da Chef, con ingredienti selezionati, per accompagnare al meglio la degustazione delle nostre birre artigianali.



LA SCARPETTA DI VENERE

SHOP SCARPETTE ARTIGIANALI DA SPOSA BLOG CONTATTI

Scrivimi!

Se hai una domanda, un problema, una curiosità o semplicemente vuoi farci sapere cosa ne pensi, scrivimi qui e ti risponderò il prima possibile.

NOME

Il tuo nome

EMAIL

La tua e-mail

MESSAGGIO

Il tuo messaggio



Una nuova era per l'abbonamento: fedeltà 20.21

La vera sfida della fidelizzazione è creare un vantaggio competitivo

**More savings.
More time.
More joy in your day.**

Get free unlimited delivery*, member prices on fuel, & more.

Only \$12.95/month or \$98/year

Start 15-day free trial



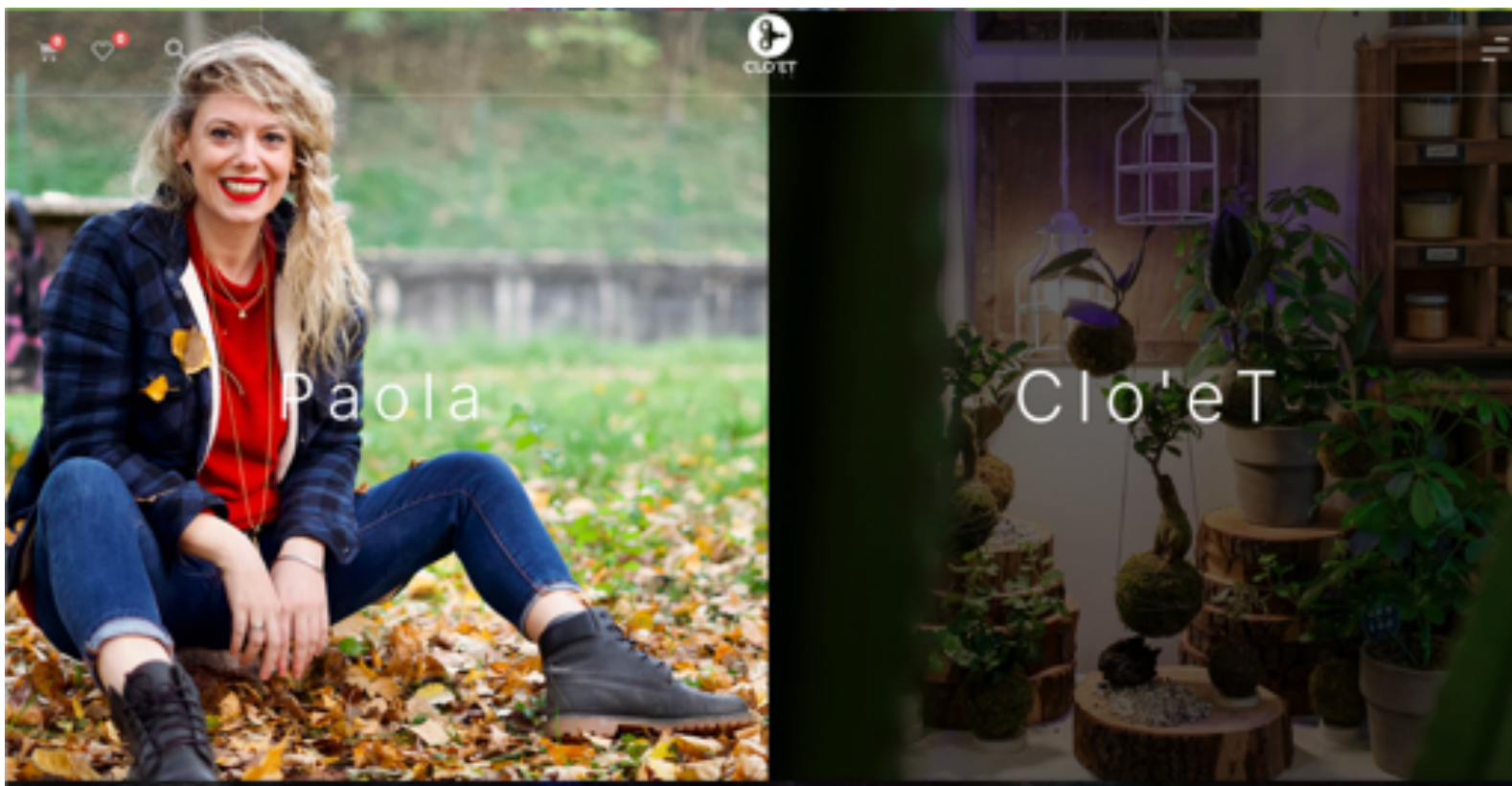
Dialogo di prossimità

- Come si trasmette *experience* con mascherine, guanti, distanziamento, sanificazioni...? *Con il buon senso*



- **Marketing di prossimità**
- *Creare ed inviare a target specifici contenuti personalizzati e contestualizzati direttamente sullo smartphone utilizzando la geolocalizzazione*
- **eCommerce di prossimità**
- *Il fattore umano al centro dell'esperienza (numero, chat, assistenza, **feedback** ...)*

Prendersi cura dei propri clienti ... partendo dalla propria storia personale



**Affidabilità come riconoscimento
della capacità del fare**

- Per comprendere a fondo la «storia» di un tempo occorre capire come viene vissuta dalle persone che l'hanno realizzata, attraverso **le loro narrazioni** mediante termini e immagini specifici

Quali strategie per il futuro?

Orientamento al consumatore,
razionalizzazione della gamma,
utilizzo spazio online/offline

Offerta

Gestione pagamenti e
transazioni online/offline

Pagamenti

Logistica collaborativa e
soluzioni di consegna.
E-commerce di prossimità

Supply chain

Aumentare la visibilità
attraverso soluzioni creative

Comunicazione

Presenza online,
ampliamento mercato,
profilazione clienti

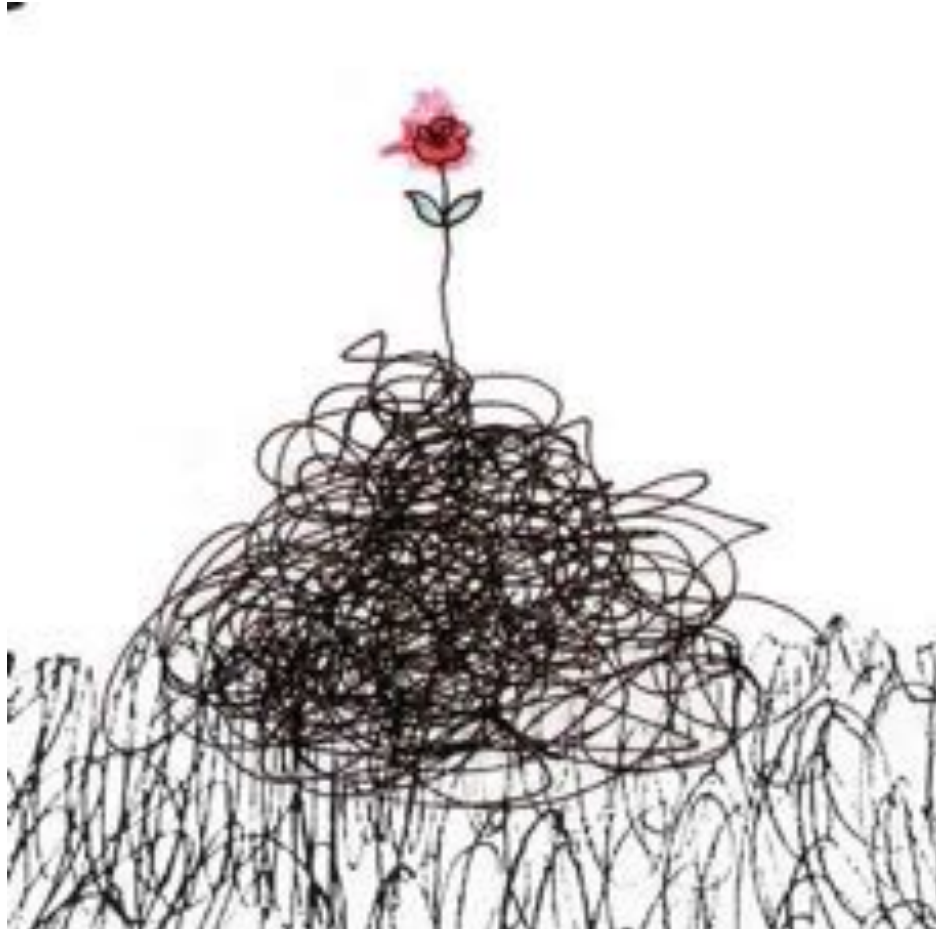
Digitale

Tempi rapidi, offerte
personalizzate,
abbonamenti

Rispondere alla domanda
di ultra-prossimità



L'importanza di adottare uno *sguardo «bifocale»*



*La pandemia può accelerare la transizione verso un **nuovo valore del servizio retail** offerto ai clienti: non più una pura transazione commerciale, ma **un'esperienza** fisica e digitale capace di offrire autentiche **intermediazioni con le persone**. Un **retail omni-experience** di qualità*