

Presentati i risultati dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail – Condotto con il contributo del Gruppo Epta



Credits: EPTA

A febbraio **Epta** ha partecipato al convegno di presentazione dei risultati dell'**Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail** condotto dalla **School of Management del Politecnico di Milano**. Lo studio, realizzato anche con il contributo del **Gruppo Epta**, ha previsto il coinvolgimento dei **principali player** sul mercato, tra cui Top Retailer, Retailer medio-piccoli, Start up, utenti digitali e non.

L'evento, intitolato *"The store of the future. The place to be!"* è stato l'occasione per illustrare i dati emersi dalla ricerca, sviluppata su tre filoni, **Strategia Digitale, Impatto del digitale sui processi di Innovation&Design e la sua influenza sulle Strategie di Marketing rivolte al consumatore.**

Secondo l'Osservatorio, il canale registra un **ritardo** nel processo di digitalizzazione: la spesa in innovazione si attesta a solo il **21% degli investimenti annuali** dei top Retailer italiani. Tuttavia, l'interesse per lo sviluppo di sistemi dedicati alla **customer experience all'interno dello store** è estremamente elevato. Il **100%** delle Insegne, infatti, ha adottato almeno un'innovazione di **front-end** (Wifi in store, cassa evoluta o mobile pos, nuove modalità di pagamento, couponing e loyalty digitale, digitale signage e online selling in punto vendita) e il **91%** ha implementato soluzioni **back-end** (monitoraggio dei clienti in store, fatturazione elettronica, CRM e business intelligence analytics), con l'obiettivo di migliorare l'efficienza dei processi e, al contempo, proporre al Cliente esperienze sempre più immersive e personalizzate.

Tra i focus della ricerca, anche un approfondimento **sull'approccio omnicanale** dei Retailer italiani, che stanno iniziando ad orientarsi verso il digitale come supporto, ad esempio, per le fasi di pre o post-vendita. Degni di nota, tra i sistemi scelti dalle Insegne, armadietti digitali refrigerati.

La giornata ha previsto un programma ricco di interventi, che hanno trovato completamento con la proiezione di una serie di **interviste doppie**, importante momento di confronto per scambiare opinioni e approfondire i possibili scenari futuri del mondo Retail.

Tra gli speaker, anche **Giorgio De Ponti, Product Strategy Manager di Epta**, che afferma: *"Il cambiamento dei modelli di consumo pone numerose sfide ai Retailer. Per soddisfare le nuove esigenze dei Clienti, i punti vendita saranno concepiti per essere ancora più accoglienti: spazi di piccole dimensioni, dove valorizzare le relazioni tra i consumatori e il personale esperto"* E continua: *"L'innovazione nel canale Retail non può prescindere da un approccio omnicanale. Epta anticipa i tempi e propone alle Insegne i suoi armadietti refrigerati #EPTABricks per la conservazione di prodotti freschi, surgelati e secchi. Concepiti per offrire la possibilità di ritirare h 24/7 la spesa acquistata online nel corso della giornata sui siti delle Catene della Grande Distribuzione, i locker possono essere installati in diversi luoghi strategici, come nei pressi dei punti vendita, stazioni o aziende."*

Clipping Online
Testata: ZeroSottoZero.it
Data: 29 Marzo 2019