



POLITECNICO
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT



Il Retail del futuro: tra tradizione e innovazione

Valentina Pontiggia - Direttore dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail

Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail

16.11.17



#OIR17



Digital360 - Events

Partner:



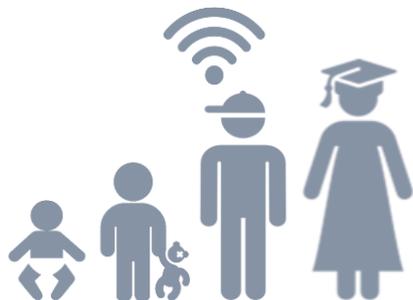
Sponsor:



Con il patrocinio di:



I parte



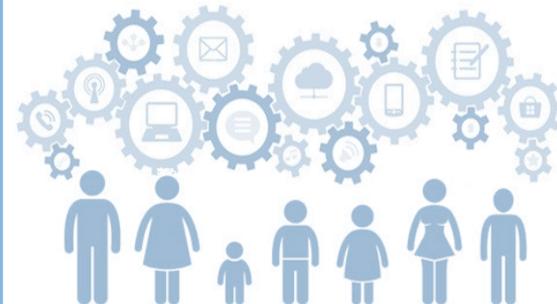
Maturità digitale

II parte



Store del futuro

III parte



Customer experience



Presentazione



Tavola rotonda



Presentazione



Tavola rotonda



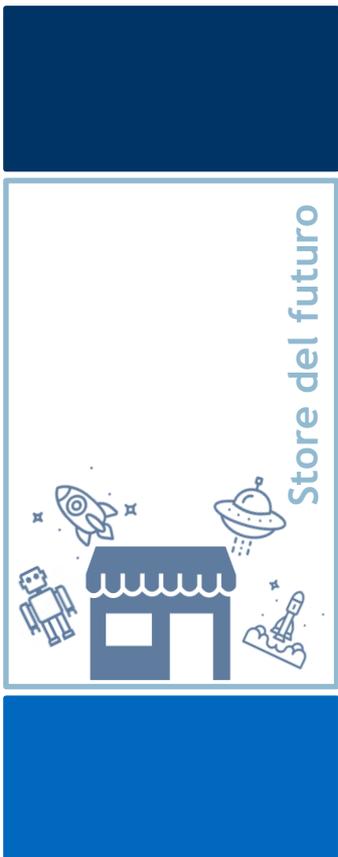
Presentazione



Tavola rotonda

Intervista ai passanti

Le evoluzioni del punto vendita



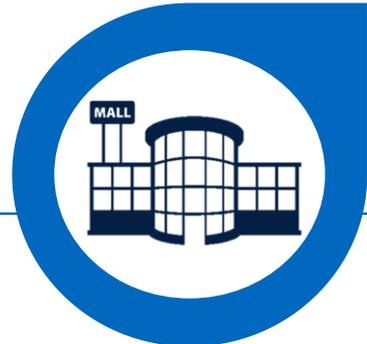
1900 



Nascita dei primi punti vendita a libero servizio

Retail 1.0

1960 



Nascita dei department store e delle grandi superfici su unico piano

Retail 2.0

1990 



Nascita dell'eCommerce e riduzione dello spazio fisico dei punti vendita

Retail 3.0

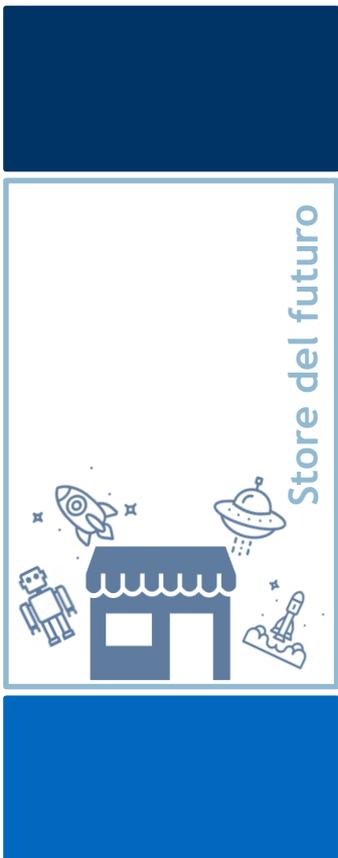
2010 



Sviluppo di punti vendita tecnologici e integrati con il digitale

Retail 4.0

La valigia dei consumatori ... verso lo store del futuro



Il nuovo ruolo dello store

Store del futuro



Più canali di vendita
e di interazione



Nuovi bisogni dei
consumatori

il punto vendita **NON** muore ...
ma smette di essere il punto di accesso al prodotto

Il nuovo ruolo dello store

Store del futuro

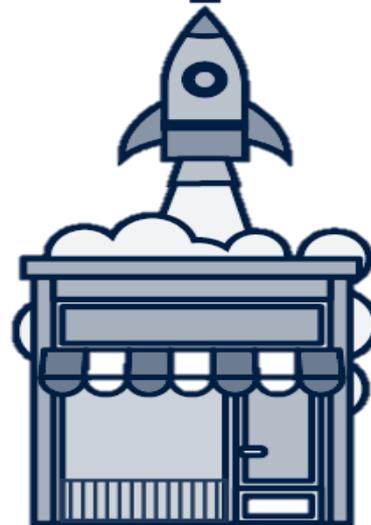


KPI

vendite store



da luogo fisico di
accesso al prodotto



store del futuro



KPI

?



a luogo di relazione
più ricco di significati e
di funzionalità

il punto vendita **NON** muore ...
ma smette di essere il punto di accesso al prodotto

Le sfide dello store del futuro

Store del futuro



Interazione con il brand tramite i cinque sensi

64%



Scoperta dei prodotti tramite touch point fisici, umani e digitali

59%



Supporto logistico all'eCommerce: ritiro degli acquisti fatti online

49%



Apprendimento, grazie al personale specializzato e a eventi

40%

La principale priorità per i top retailer:
offrire una customer experience efficace e appagante
a un consumatore con bisogni e comportamenti molteplici

Campione: 90 top retailer

I cantieri di lavoro per innovare lo store

Store del futuro

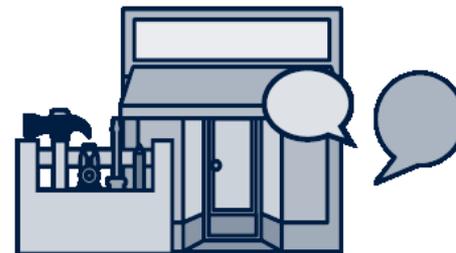
57%

Integrazione omnicanale



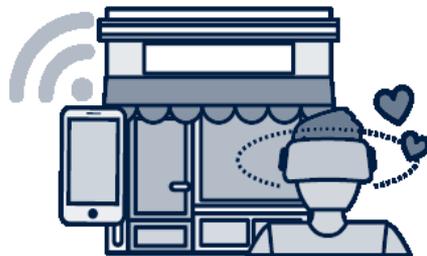
Offerta di nuovi servizi

23%



13%

Sviluppo di innovazioni digitali



Lancio di nuovi format

7%



Campione: 90 top retailer



Lo store è canale complementare e di supporto all'eCommerce per

- Offrire servizi al web shopper, incrementando il traffico in store
- Evadere con il proprio stock ordini online, risparmiando tempo e/o denaro

Store del futuro

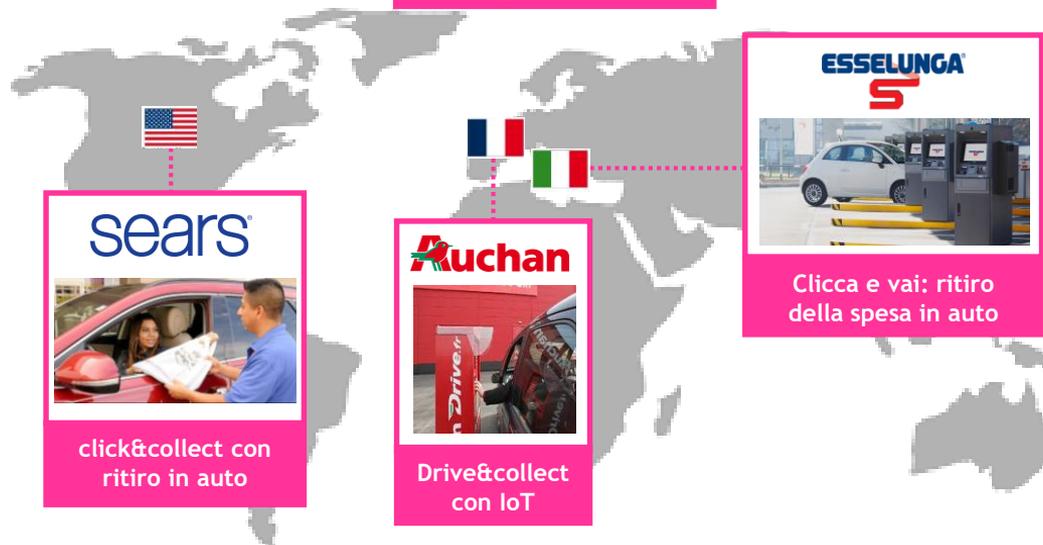
click&collect

Prenota e
ritira

Reso in store

Online selling
in store

Progettualità



sears



click&collect con
ritiro in auto

Auchan



Drive&collect
con IoT

ESSELUNGA
S



Clicca e vai: ritiro
della spesa in auto



Lo store è canale complementare e di supporto all'eCommerce per

- Offrire servizi al web shopper, incrementando il traffico in store
- Evadere con il proprio stock ordini online, risparmiando tempo e/o denaro

Store del futuro

click&collect

Prenota e
ritira

Reso in store

Online selling
in store

Progettualità





Lo store è canale complementare e di supporto all'eCommerce per

- Offrire servizi al web shopper, incrementando il traffico in store
- Evadere con il proprio stock ordini online, risparmiando tempo e/o denaro

Store del futuro

click&collect

Prenota e
ritira

Reso in store

Online selling
in store

Progettualità





Lo store è canale complementare e di supporto all'eCommerce per

- Offrire servizi al web shopper, incrementando il traffico in store
- Evadere con il proprio stock ordini online, risparmiando tempo e/o denaro

Store del futuro

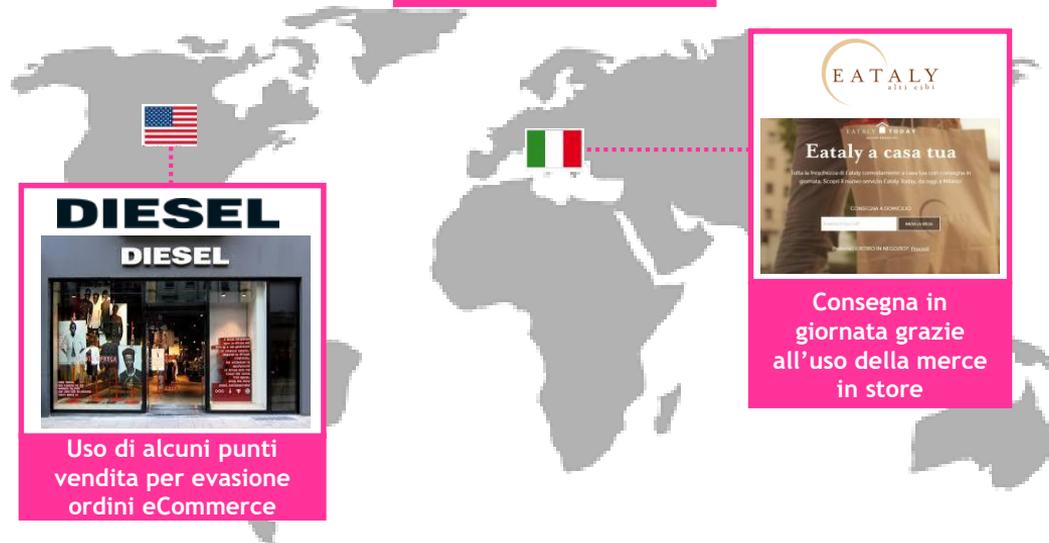
click&collect

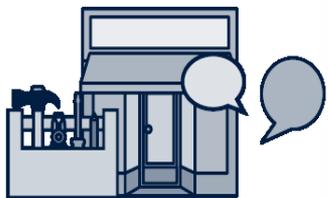
Prenota e
ritira

Reso in store

Store supply
warehouse

Progettualità





Lo store offre servizi, più o meno correlati al core business, per

- Incrementare il tempo di qualità che il cliente trascorre in negozio, assecondando esigenze di relazione e interazione
- Aumentare la frequenza delle visite, soddisfacendo vari bisogni

Store del futuro

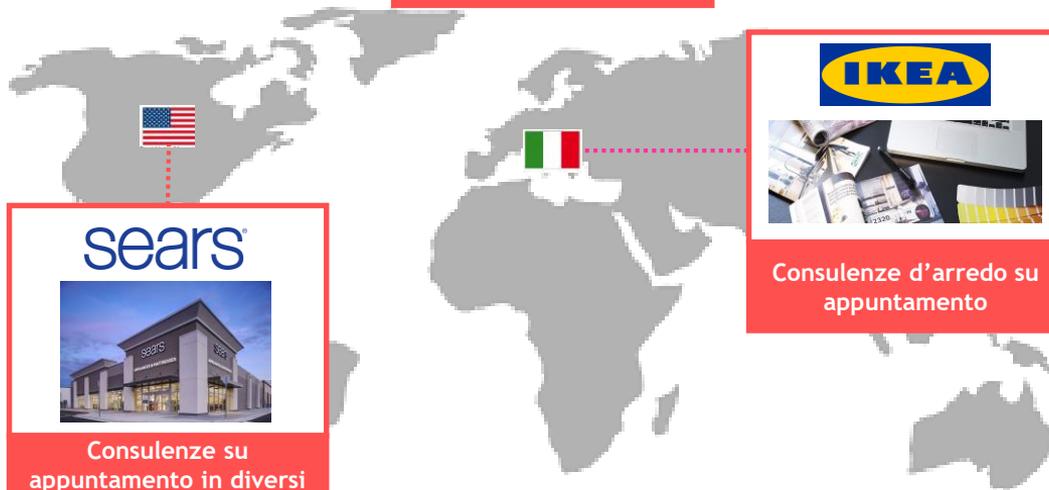
consulenza

corsi di
formazione

spazi di
interazione

Estensione
apertura

Progettualità



sears

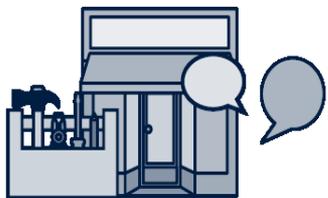


Consulenze su
appuntamento in diversi
settori

IKEA



Consulenze d'arredo su
appuntamento



Lo store offre servizi, più o meno correlati al core business, per

- Incrementare il tempo di qualità che il cliente trascorre in negozio, assecondando esigenze di relazione e interazione
- Aumentare la frequenza delle visite, soddisfacendo vari bisogni

Store del futuro

consulenza

corsi di
formazione

spazi di
interazione

Estensione
apertura

Progettualità



WILLIAMS
SONOMA
CALIFORNIA

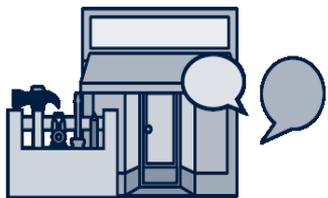


Eventi e corsi di cucina
in store

LEROY MERLIN



Corsi fai da te
gratuiti in store



Lo store offre servizi, più o meno correlati al core business, per

- Incrementare il tempo di qualità che il cliente trascorre in negozio, assecondando esigenze di relazione e interazione
- Aumentare la frequenza delle visite, soddisfacendo vari bisogni

Store del futuro

consulenza

corsi di
formazione

spazi di
interazione

Estensione
apertura

Progettualità

Waitrose



In store restaurant



la Feltrinelli



RED: Read, Eat,
Dream



Lo store offre servizi, più o meno correlati al core business, per

- Incrementare il tempo di qualità che il cliente trascorre in negozio, assecondando esigenze di relazione e interazione
- Aumentare la frequenza delle visite, soddisfacendo vari bisogni

Store del futuro

consulenza

corsi di
formazione

spazi di
interazione

Estensione
apertura

Progettualità



Apertura 24/7

Apertura 24/7



Lo store sperimenta diverse innovazioni digitali per

- Ottimizzare le risorse impiegate dal cliente (efficienza)
- Massimizzare il valore che il cliente ottiene dalla visita in store (efficacia)

Store del futuro

realtà virtuale
e aumentata

mobile
payment

pagamenti
innovativi

chioschi, totem
e touch point

Progettualità



LOWE'S



Piattaforma per
supportare l'home
improvement

SEPHORA



Test virtuale dei
prodotti per il viso



Lo store sperimenta diverse innovazioni digitali per

- Ottimizzare le risorse impiegate dal cliente (efficienza)
- Massimizzare il valore che il cliente ottiene dalla visita in store (efficacia)

Store del futuro

realtà virtuale
e aumentata

mobile
payment

pagamenti
innovativi

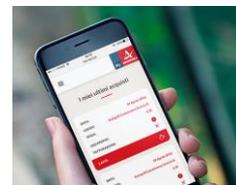
chioschi, totem
e touch point

Progettualità

TESCO



Pagamenti da
smartphone



Pagamenti tramite
mobile App



Mobile payment con
Alipay



Lo store sperimenta diverse innovazioni digitali per

- Ottimizzare le risorse impiegate dal cliente (efficienza)
- Massimizzare il valore che il cliente ottiene dalla visita in store (efficacia)

Store del futuro

realtà virtuale
e aumentata

mobile
payment

pagamenti
innovativi

chioschi, totem
e touch point

Progettualità



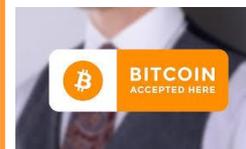
Saks Fifth Avenue



Pagamenti in realtà
aumentata tramite
autenticazione dell'iride

LANIERI

ITALIANS DO FIT BETTER



Pagamenti in bitcoin



KFC



Pagamento tramite
sorriso



Lo store sperimenta diverse innovazioni digitali per

- Ottimizzare le risorse impiegate dal cliente (efficienza)
- Massimizzare il valore che il cliente ottiene dalla visita in store (efficacia)

Store del futuro

realtà virtuale
e aumentata

mobile
payment

pagamenti
innovativi

chioschi, totem
e touch point

Progettualità

USA: *Neiman Marcus*
Chioschi digitali per raccogliere informazioni sui prodotti

Europa: *McDonald's*
Personalizzazione degli ordini tramite chiosco

Australia: *TORFS*
Chioschi digitali da cui scegliere le calzature



Lo store sperimenta nuovi format e location con

- Minore superficie calpestabile
- Accesso diretto all'online
- Maggiore attenzione alla qualità e all'esperienza

Store del futuro

temporary store

showroom

store
esperienziali

retail track

Progettualità

Dior



Tarots pop-up store
dedicati alla
collezione Dior
Cruise 2018



Pop-up restaurant a
Colonia



Temporary store
dedicato alla cucina nel
cuore di Roma



Lo store sperimenta nuovi format e location con

- Minore superficie calpestabile
- Accesso diretto all'online
- Maggiore attenzione alla qualità e all'esperienza

Store del futuro

temporary store

showroom

store
esperienziali

retail track

Progettualità



BONOBO



«Guideshop» per provare i capi su appuntamento (ordine online)

BOSS
HUGO BOSS



Showroom digitale per mostrare le collezioni

LEROYMERLIN



Showroom per mostrare l'ambientazione dei prodotti



Lo store sperimenta nuovi format e location con

- Minore superficie calpestabile
- Accesso diretto all'online
- Maggiore attenzione alla qualità e all'esperienza

Store del futuro

temporary store

showroom

store
esperienziali

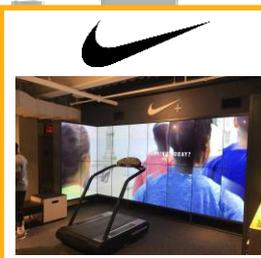
retail track

Progettualità

FRONTGATE



Store in cui i clienti interagiscono con i prodotti come fossero a casa



Store con
esercitazioni
personalizzate per i
clienti

WOOLRICH
JOHN RICH & BROS.



Store esperienziale,
con stanza del freddo
e spazio sartoria



Lo store sperimenta nuovi format e location con

- Minore superficie calpestabile
- Accesso diretto all'online
- Maggiore attenzione alla qualità e all'esperienza

Store del futuro

temporary store

showroom

store
esperienziali

retail track

Progettualità



Formula Stop&shop

amazon



Amazon usa la città
per muovere il suo
negozio

BIRKENSTOCK



Box Birkenstock:
mobile pop-up store

Il contributo delle startup allo store del futuro

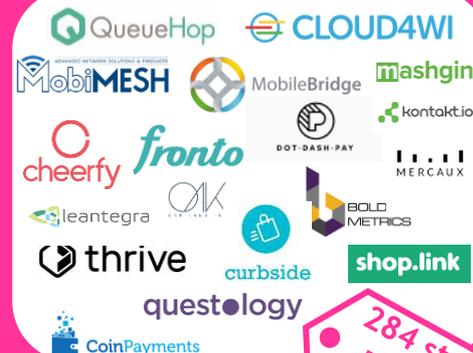
Store del futuro

Retailer fisici



48 startup
Finanziamento medio: 12 mln€

Service Provider - FE



284 startup
Finanziamento medio: 8,2 mln€

Service Provider - BE



304 startup
Finanziamento medio: 6,3 mln€

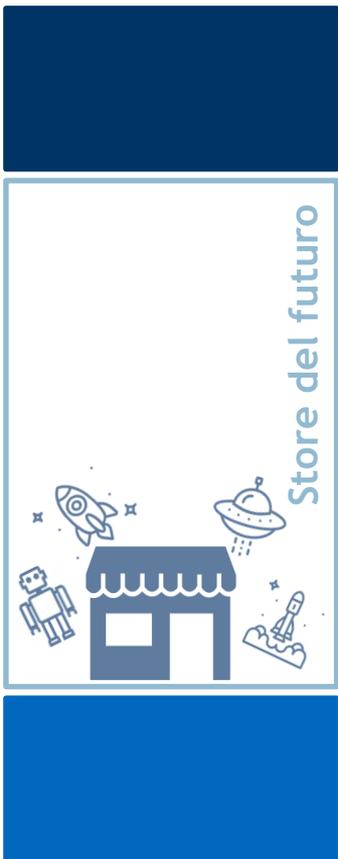
Service Provider - OMNI



337 startup
Finanziamento medio: 8 mln€

Startup nate negli ultimi 5 anni e finanziate negli ultimi 3 da investitori istituzionali

Il contributo delle startup allo store del futuro



-  Sistemi per l'accettazione di pagamenti innovativi
-  Soluzioni di indoor positioning
-  Cartellini interattivi
-  Riconoscimento prodotti con smartphone

Semplificazione e velocizzazione del processo d'acquisto



-  Sistemi di business intelligence analytics e CRM
-  Sistemi per il monitoraggio dei clienti in store
-  Soluzioni di sales force automation

Personalizzazione dell'esperienza d'acquisto

Fidelizzazione del cliente

-  Sistemi per l'accettazione di couponing e loyalty
-  Programmi di gamification

Sviluppo di un customer journey esperienziale

-  AR/VR
-  Specchi e camerini smart

Fluidità dell'esperienza d'acquisto

-  Mobile App per verifica disponibilità in store
-  Soluzioni di online selling in the store

Il digitale permette di:



Misurare nuove metriche

da ottica transazionale a una più relazionale (comportamento utente: percorso nello store, interesse verso i prodotti, ..)



Misurare metriche tradizionali in modo diverso

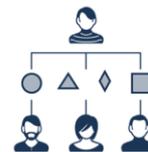
maggior quantità di dati, raccolti in tempo reale ed elaborati in modo più veloce



Misurare lo store in modo integrato

Perimetro di analisi più ampio con misurazione continua e cross-canale del percorso e comportamento del consumatore

Barriere



organizzative

Reporting per funzione



investimento

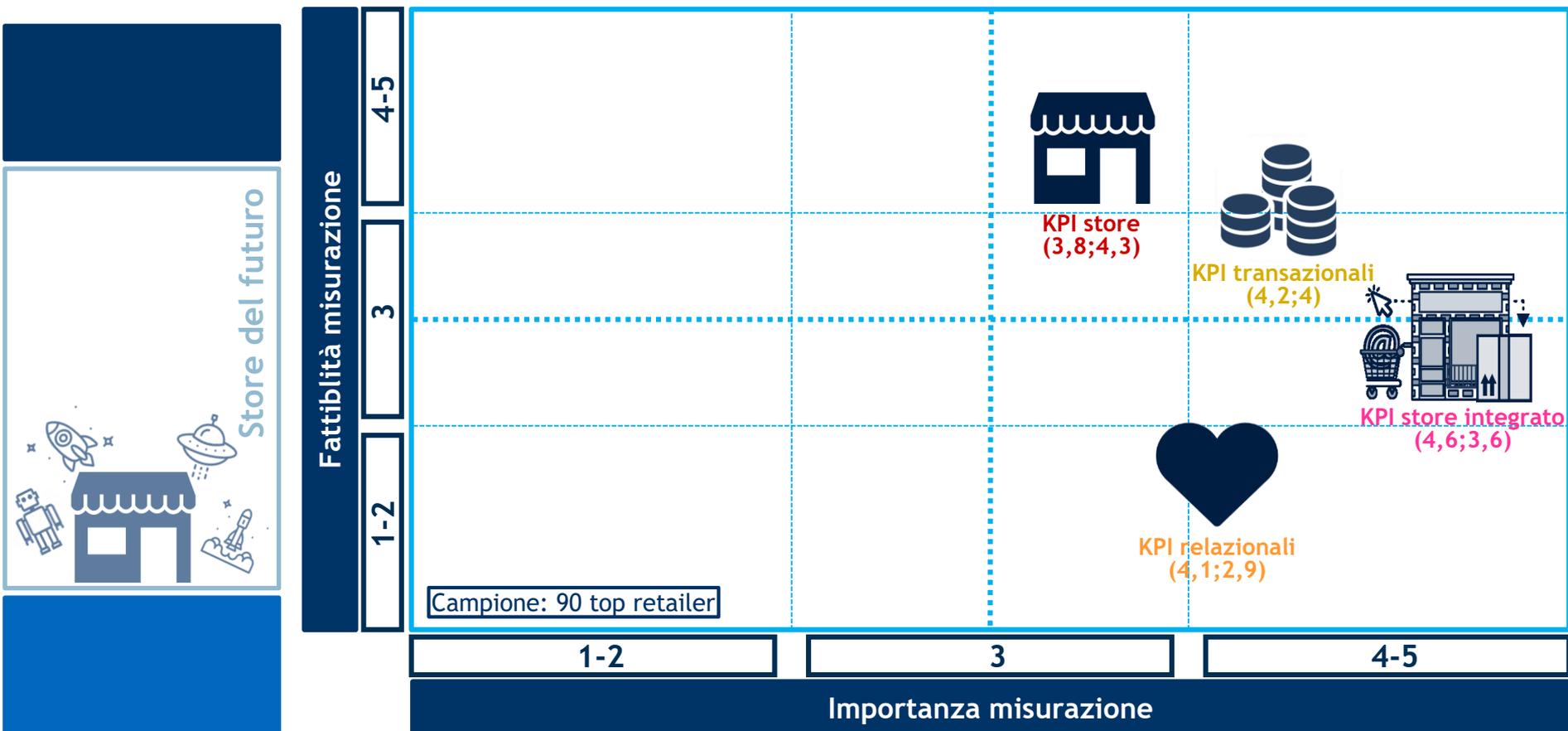
Adeguamento sistemi



strategiche

Revisione sistema monitoraggio

La valutazione delle performance dello store del futuro



Per concludere... alcuni spunti di discussione

Store del futuro



Centralità del ruolo del negozio, nonostante il momento di forte discontinuità



Cambiamento di funzione del negozio: da luogo di accesso al prodotto a luogo di relazione



Sfida dello store del futuro: offrire una customer experience appagante a un consumatore con bisogni e comportamenti molteplici



Nuove opportunità di misurazione e monitoraggio delle performance dello store create dal digitale



Tavola rotonda



evoluzione dello store



caratteristiche store del futuro



POLITECNICO
MILANO 1863

SCHOOL OF MANAGEMENT



Il Retail del futuro: tra tradizione e innovazione

Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail

16.11.17



#OIR17



Digital360 - Events