

COMUNICATO STAMPA

'NEGOZIO 4.0: un progetto di Confcommercio Ascom Bologna per potenziare le vendite del tuo negozio con le nuove tecnologie digitali

Sperimentazione di nuovi prodotti e servizi, rigenerazione urbana, uso consapevole e competitivo del digitale, formazione sul campo. Sono questi, in estrema sintesi, i quattro capisaldi su cui si fonda 'Negozio 4.0', il nuovo progetto targato Confcommercio Ascom Bologna e rivolto a tutte le piccole e medie imprese commerciali della Città Metropolitana di Bologna.

Implementata grazie al contributo della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Bologna, l'iniziativa è realizzata in partnership con aziende e professionisti leader nei rispettivi settori, quali Olivetti, Measurement, Jannelli & Volpi e IIMas. La progettualità, inoltre, si avvale del supporto delle società Kanso e Nimai, specializzate in technology consulting.

Come *step* iniziale, il progetto 'Negozio 4.0' prevede l'allestimento di uno spazio commerciale inutilizzato in via San Felice 35, nel cuore del centro storico di Bologna, utilizzando tecnologie e servizi digitali dedicati al retail in grado di supportare al meglio l'imprenditore sia nella gestione ottimale della propria attività, sia nell'apprendimento di uno specifico know-how digitale. All'interno del locale saranno inserite a rotazione aziende commerciali che svolgeranno attività di vendita e, previa attività formativa, sperimenteranno l'utilizzo dei servizi digitali installati nel negozio.

Sorta di vero e proprio laboratorio pensato per stimolare le imprese ad arricchire la tradizionale sede fisica con arredi, strumentazioni e servizi di fidelizzazione della clientela ad alto tasso tecnologico, lo spazio di via San Felice presenta una dotazione variegata e funzionale: dalla carta da parati su misura stampata digitalmente al sistema di proiettori di luce per valorizzare i prodotti esposti in vetrina, dal registratore già predisposto all'invio telematico (anche in cloud) dei dati di cassa al servizio di analisi che consente l'accesso (da remoto e mobile) ai dati di vendita, dal servizio di digital marketing e fidelizzazione alle vetrine virtuali e interattive (sia interne sia esterne), dai misuratori di flusso che monitorano numero di passaggi, fermate ed ingressi della clientela alle azioni di marketing check-in, geomarketing, social marketing.

In aggiunta, 'Negozio 4.0' si configurerà come luogo dedicato alla formazione, con un calendario di quattro incontri, da giugno a settembre, aperti a tutte le piccole e medie imprese della Città Metropolitana di Bologna che operano nel settore retail. L'obiettivo, in continuità con la fase di avviamento del progetto sperimentale, è quello di illustrare le opportunità offerte da un percorso consapevole di trasformazione digitale che metta le innovazioni tecnologiche al servizio della qualificazione d'impresa. Il palinsesto di iniziative prevede i seguenti momenti di incontro, che si svolgeranno sempre all'interno della sede di via San Felice 35:

1. **I social e il CRM:** il marketing del Punto di vendita nell'era della Rete | giugno 2018
2. **Innovazione in vetrina:** la nuova Home page del negozio | luglio 2018
3. **(Big) data nel punto vendita:** misurare sempre – misurare tutto | luglio 2018
4. **Luci e ombre dell'eCommerce:** viaggio dall'estensione del sito personale ai market place internazionali | settembre 2018

“Come Confcommercio Ascom Bologna rivolgiamo da sempre grande attenzione ai temi dell'innovazione tecnologica e della trasformazione digitale - sottolinea il Presidente **Enrico Postacchini** -. Il progetto che avviamo, inoltre, ci consente di affrontare questi argomenti con un approccio funzionale, lo stesso che

suggeriamo di adottare alle imprese nostre associate: si tratta di intravedere nel vastissimo orizzonte di possibilità disegnato dalla rivoluzione digitale la via più breve per convertire l'innovazione in una leva economica al servizio delle PMI del settore retail. Social marketing, acquisizione e gestione di dati (di cassa come di vendita), visual merchandising e vetrine interattive cessano di essere concetti astratti per diventare, grazie al laboratorio di via San Felice, una prassi organizzativa e gestionale alla portata di tutti gli imprenditori che vogliono qualificare ed espandere la propria attività”.

“Se il mondo contemporaneo parla un linguaggio digitale, è evidente che le aziende economiche hanno il dovere di adeguarsi, soprattutto se vogliono mantenersi competitive sul mercato - evidenzia **Giancarlo Tonelli**, Direttore Generale di Confcommercio Ascom Bologna -: da questo punto di vista, la nostra iniziativa ha il merito di rimettere al centro del discorso la parola 'formazione', che peraltro rientra pienamente tra i compiti fondamentali di un'associazione di categoria. Ecco perché - prosegue Tonelli - abbiamo deciso di affiancare all'attività temporanea di vendita e a quella di allestimento tecnologico, un percorso d'aula aperto a tutti gli imprenditori del commercio che, partendo da un'illustrazione generale dei prodotti e dei servizi del 'Negozio 4.0', approfondisca di volta in volta argomenti più specifici connessi a social media, big data e rinnovate modalità di interazione con la clientela”.

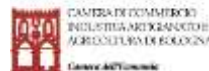
“Il laboratorio di via San Felice è il primo, importante passo di una progettualità più ampia che condurrà Confcommercio Ascom Bologna a sviluppare un servizio dedicato al tema della trasformazione digitale - conclude **Stefano Giorgi**, Vice Direttore Generale Confcommercio Ascom Bologna -: partendo da una valutazione iniziale del livello di partenza dell'impresa, sarà possibile redigere un piano di implementazione che individui approcci differenti (e personalizzati) per ciascuna fase di sviluppo: prima adozione, rafforzamento e creazione di un reale vantaggio competitivo. Attraverso la consulenza dei partner tecnologici saremo in grado di mettere a punto un intervento specificamente dedicato, diventando così soggetto facilitatore nel processo di innovazione del settore retail”.

Su <http://www.ascom.bo.it/negozio-digitale> la pagina dedicata alle informazioni, alle attività e ai programmi formativi di Negozio.4.0 e a questo link <http://www.ascom.bo.it/video-negoziodigitale> il video di presentazione di Negozio 4.0.

Organizzazione:



Con il contributo:



I PARTNER



I TECHNOLOGY CONSULTING ANALYST



«Negozio 4.0 vuole mostrare – in modo concreto, efficace e facilmente replicabile – come il punto vendita possa entrare nella rivoluzione digitale senza snaturarsi, senza diventare il luogo dell’effimero e degli effetti speciali. Puntando al sodo; ad esempio al controllo dei propri dati – non solo di vendita ma anche sui social o misurando chi si ferma davanti alla sua vetrina o quanti stranieri passano vicino al suo negozio – oppure trasformando la vetrina in un’attraente Home Page fisica» spiega **Andrea Granelli** Presidente Kanso.

«Il digitale deve essere concreto, deve aiutare il negoziante a rileggere e rafforzare (e in taluni casi anche ripensare) il proprio modo di vendere e soddisfare i bisogni e desideri dei propri clienti ... innanzitutto facendo meglio ciò che già ritiene utile fare, prima doversi inventare cose mai fatte prima ... insomma un esempio di via italiana al digitale» continua Granelli.

«Il negozio fisico non è morto ... anzi ... altrimenti Apple, Amazon e molti altri non starebbero aprendo negozi o comprando catene di punti vendita. Ma il negozio 4.0 è diverso dal negozio tradizionale ed è ciò che questo progetto vuole mostrare ... non solo ai clienti ma anche agli imprenditori» conclude Andrea Granelli.

“Il settore Retail è chiamato a importanti sfide legate alla sempre più rapida evoluzione tecnologica, all’ingresso di nuovi competitor e, soprattutto, alle aspettative ed esigenze della clientela - indica **Marco Marchesi**, Smart Retail Manager di Olivetti -. Sfide che rappresentano una grande opportunità di crescita, evoluzione e quindi di business. Olivetti, marchio storico italiano, ha un’offerta dedicata al retail con soluzioni che vanno dal punto cassa, ai sistemi gestionali, a piattaforme specifiche studiate per esempio per migliorare la relazione fra Retailer e cliente, ad altre che consentono di ottimizzare i processi interni. Partecipare al progetto con Ascom Bologna e gli esercenti coinvolti è un’occasione importante per portare tutto il nostro know-how al servizio del settore.”

“Ci sono due cose che ogni negoziante dovrebbe imparare a fare per cogliere le nuove opportunità offerte dal digitale: rinnovare i servizi in negozio per semplificare gli acquisti ai propri clienti e comunicare con loro attraverso i social media e gli smartphone che tutti teniamo in tasca ogni giorno. Il progetto del Negozio 4.0 è il primo passo per andare in questa direzione e speriamo che apra molte nuove opportunità alla portata di tutti i negozianti del futuro” illustra **Claudio Nader** Head of Strategy and Performance Nimai.

In allegato: scheda tecnica prodotti in dotazione al progetto

I prodotti e servizi utilizzati nel 'NEGOZIO 4.0'

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

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