

In un mercato in cui la competizione si moltiplica e i consumi sono costanti o si riducono, la notorietà dell'insegna e un buon assortimento possono non essere sufficienti a mantenere la leadership.

In un mondo in cui il consumatore emancipato esercita da solo il suo libero arbitrio davanti l'offerta commerciale, le tecniche di presentazione, di esposizione e di valorizzazione del prodotto diventano essenziali per le performance di vendita e la redditività del prodotto esposto. Al punto di vendita, con la raccolta delle informazioni di base, iniziano le attività tese alla conoscenza del proprio cliente, dei suoi gusti e delle sue preferenze al fine di mettere in atto azioni in grado di stimolarne il ritorno e l'acquisto.

La gestione efficiente delle scorte di merce e delle risorse al punto vendita sono componenti necessarie per evitare l'out-of-stock e aumentare la redditività



La tecnologie emergenti di identificazione automatica (**RFID** e **NFC**) possono costituire la base di soluzioni assolutamente innovative per il punto vendita permettendo:

- **l'identificazione automatica delle merci sullo scaffale, in uscita ed in entrata al pdv**
- **la realizzazione di sistemi interattivi di Pubblicità e Informazione multimediale al pdv**
- **la realizzazione di carte loyalty e servizi che alimentano il sistema di CRM centrale**
- **la realizzazione di sistemi di smart check-out e di antitaccheggio**

HSC utilizza le tecnologie wireless, RFID, di e-commerce, unendo al Know-how tecnologico l'approfondita competenza dei processi logistici e distributivi, maturata in significativi progetti dai nostri soci e consulenti. HSC aiuta il cliente a cercare nuove soluzioni di marketing e di merchandising evoluto per il punto vendita, in grado di stupire e affascinare il cliente, progettandole e realizzandole con la propria struttura e con partner qualificati.



HSC, ad esempio, ha realizzato la prima carta loyalty e servizi contactless in Italia, una delle prime in Europa, in uso presso una catena ottica di oltre 100 punti vendita, realizzando una carta che, oltre ad offrire numerosi vantaggi al cliente, permette di semplificare il processo di vendita e raccogliere e alimentare il sistema CRM centrale.

**HSCStorePoint** è un programma che prevede la sperimentazione delle nuove tecnologie e la realizzazione di soluzioni innovative per il punto vendita. In collaborazione con il marketing del cliente HSC è in grado di sviluppare "concept" innovativi per la presentazione dei prodotti o per la gestione dei servizi al cliente e di renderli disponibili come prodotti all'intera catena.

**HSCStorePoint** ha tutti gli elementi per la realizzazione di sistemi di "scaffali intelligenti" e varchi per la gestione non presidiata delle merci, ad esempio per inventariare le merci al Pdv per prevenire rotture di stock, per facilitare il check-out o per realizzare innovativi sistemi antitaccheggio.

HSC opera con le società leader di mercato nei sistemi RFID, nei sistemi per il pdv e nelle realizzazione di card per offrire al cliente soluzioni "chiavi in mano"

# HSCStorePoint le soluzioni RFID per il punto vendita

Le soluzioni proposte da HSC in **HSCStorePoint** sfruttano le tecnologie **RFID** e **NFC** (Near Field Communication) per l'identificazione automatica e sicura del merci e delle persone nella realizzazione di soluzioni innovative per il punto vendita. Le tecnologie di l'identificazione a radio frequenza (RFID) consentono l'integrazione dell'informazione all'oggetto, ad esempio attraverso l'inserimento di un microchip nell'etichetta, e la loro lettura a distanza - da pochi centimetri a qualche metro. I microchip possono essere inseriti nella carta servizi del cliente al fine di ottenere un sistema di identificazione sicuro ed un capiente mezzo di memorizzazione di informazioni che le permette di trasportare dati tra punti vendita diversi, anche senza un collegamento costante con il sistema centrale.

L'NFC è l'evoluzione dell'RFID a cui aggiunge la capacità di leggere informazioni dai tag e di comunicare con altri sistemi, utilizzando, ad esempio, il telefonino del cliente per farlo interagire con i totem o le casse automatiche. Nel seguito riportiamo alcuni applicazioni che possono beneficiare dall' applicazione delle nuove tecnologie RFID e NFC.

## CRM E LOYALTY

L'utilizzo di carte RFID o dell' NFC, grazie alla possibilità di memorizzare molti dati consente l'interscambio di informazioni tra punti vendita anche senza collegamento al sistema centrale - le informazioni rilevanti sono memorizzate nella carte o nei telefonini, aggiornati e letti ai punti vendita. Il sistema RFID offre sicurezza e privacy poichè i dati sono criptati ed i dati sensibili sono in possesso del cliente e possono non essere memorizzati al punto vendita. La card può permettere, oltre ai sistemi di sconto e di payback, l'abilitazione a servizi "premium" come l'accesso a lounge o camerini riservati, servizi "personalizzati" ( es. sartoria su misura, produzione lenti oftalmiche ecc.) e altre applicazioni da immaginare con il marketing

## PUBBLICITA' E INFORMAZIONE AL PUNTO VENDITA

L'etichettatura RFID delle merci, unita ad un sistema di Digital Signage multimediale (totem, schermi al plasma ecc.) può permettere la costruzione di un sistema dinamico e interattivo di pubblicità, informazione e promozione al punto vendita che seleziona automaticamente i contenuti in funzione dell'approssimarsi delle merci, permettendo ad esempio la realizzazione di scaffali e camerini "intelligenti"

## RFID INVENTORY

La possibilità di identificare automaticamente le merci presenti sullo scaffale permette di prevenire l'Out-of-stock

o di avere la situazione costante del materiale presente nel proprio **corner shop** o nello **shop-in shop**. Anche il processo di ricevimento e spedizione tra centro distribuzione e punto vendita può essere velocizzato e semplificato

## SMART CHECK-OUT e ANTITACHEGGIO

L' RFID consente di leggere contestualmente ed a distanza numerose etichette e di trasmettere le informazioni rilevanti . Questa caratteristica permette la realizzazione di sistemi di check-out più veloci dei tradizionali sistemi laser, dove ogni oggetto deve essere singolarmente identificato. L'NFC nel telefonino permette la lettura delle etichette RFID sulle merci e la comunicazione dei loro dati e dei dati del cliente in un sistema di Self Checkout. L'RFID ha anche funzionalità antitaccheggio che ne consentono l'uso tradizionale, con controllo ai varchi, ma, attraverso l'identificazione a distanza dei prodotti, offre anche modalità di controllo aggiuntive.

## LA CAPACITA' PROGETTUALE

HSC fornisce ai propri clienti soluzioni complete e chiavi in mano, dal Concept alla consulenza sull'introduzione delle nuove tecnologie presso il punto vendita, dal prototipo del Concept alla selezione e sviluppo delle tecnologie. HSC collabora con gli shop designer e i fornitori di arredamenti per sviluppare soluzioni di tendenza e fornisce hardware RFID e wireless, software e servizi per implementare la soluzione in tutti i punti vendita, supportandoli nel tempo.

Nei suoi progetti HSC lavora in co-design con una struttura consolidata di partners che forniscono ogni singolo dettaglio della soluzione, produttori di tag, EAS e contactless cards, fornitori di RFID ed Elettronica, Shop designers, fornitori di sistemi per il punto vendita e di CRM, oltre ad altre società tecnologiche che sviluppano applicazioni di innovative tecnologie, riuniti in storeisopen.org ([www.storeisopen.org](http://www.storeisopen.org)), un'organizzazione per lo sviluppo delle tecnologie emergenti nel retail avanzato e nei future store, i punti vendita del futuro che verrà.

