



Smart display in
punti di vendita di ottica
ed esempio di contenuti



Visto al Mido 2010 @
Wagner & Kuhner
pad. 13 stand K10

HSC da diversi anni lavora per colmare il gap tra "negozio virtuale" su WEB ed il mondo "molto reale" del punto vendita, utilizzando la tecnologia di identificazione in radiofrequenza (RFID) e la comunicazione digitale. I display intelligenti realizzati da HSC rendono **semplice ed interattiva** la comunicazione al punto vendita; il cliente, "toccando" un oggetto di suo interesse, può immediatamente vederne proiettate sullo schermo digitale, le caratteristiche, il prezzo, le offerte, la disponibilità del prodotto, delle sue varianti e il contenuto multimediale associato al modello o al brand.

Tutto questo avviene nel modo più **naturale ed alla portata di tutti**, senza bisogno di operazioni particolari per identificare il prodotto o "navigare" nel contenuto.

Lo scaffale RFID o "smart display" è la base per realizzare attività di cross-selling, di up-selling e di altre tecniche di CRM tipiche del WEB al punto vendita. Ma il punto forse più importante è l'esperienza positiva che può derivare dall'interazione del cliente con la tecnologia dello scaffale, che può sorprenderlo e stupirlo, spingendolo all'acquisto.

Non solo, i display intelligenti sono in grado di registrare l'attività effettuata sullo scaffale memorizzando i movimenti per fornire una valida base di analisi per il marketing e per il merchandising e di fornire in tempo reale la disponibilità dell'articolo presenti su di essi, consentendo la gestione dell' out-of-stock e del replenishment nei punti vendita dell'insegna o nei corner shop.

Caratteristiche

- Antenne RFID per la rilevazione dei movimenti degli articoli su scaffali e display
- disponibilità di monitor in diverse dimensioni e formati da 10" a 24" e oltre
- gestione dinamica delle informazioni testuali e delle immagini degli articoli nel database di store con possibilità di aggiornamenti elettronici (EDI) con la sede o i fornitori
- possibilità di differenziare i contenuti per articolo, tipologia, brand e di collegarli agli articoli "toccati"
- interfaccia a sistemi di Digital Signage per la costruzione, gestione, distribuzione via WEB dei contenuti multimediali (filmati, immagini, testi e suono) da una fonte centrale verso la rete di display in locazioni distribuite nei punti vendita sul territorio
- possibilità di differenziare i contenuti per store e scaffale
- possibilità di lettura di loyalty card contactless o cellulari NFC sullo scaffale per la realizzazione di programmi di one-to-one marketing al punto vendita
- integrabile con sistemi di motion detection e di riconoscimento biometrico per la rilevazione e profilazione del cliente
- possibilità di realizzazione di programmi marketing "all inclusive", dalla progettazione dei contenuti fino alla realizzazione dei touch point agli store, alla gestione della distribuzione ed alla analisi dei risultati

Attraverso partnership con shop designer di provata esperienza la tecnologia può essere "vestita" nel modo più accattivante per fornire una soluzione in linea con le più alte aspettative del cliente.

HSCStorePoint: Display intelligenti e In-Store Information

La tecnologia costituisce il più prepotente agente di cambiamento al punto vendita. Le analisi di mercato mostrano un crescente gradimento delle tecnologie innovative per l'informazione da parte di una fascia di consumatori giovane e meno giovane, ma abituata ad interagire con la tecnologia del WEB o del telefonino, e la loro disponibilità a premiare l'innovazione e ad adottarla in ogni occasione. Secondo gli analisti, con la comunicazione digitale al punto vendita (digital signage), i consumatori provano una esperienza positiva e divertente che li aiuta a sviluppare una fedeltà nei confronti dell'insegna influenzandone la decisione di acquisto. La disponibilità di connessioni internet in banda larga insieme alla rapida discesa dei prezzi dell'elettronica hanno aperto frontiere fino a ieri impensabili alla comunicazione digitale. Sempre più spesso al punto vendita o in vetrina sono presenti monitor piatti di grandi dimensioni che trasmettono la promozione dell'insegna e dei prodotti in esposizione, ma le nuove tendenze sono ora di posizionare gli schermi in prossimità della merce e di presentare contenuti che si focalizzano sull'atteggiamento del consumatore e sui suoi bisogni, per invitare il cliente ad acquistare prodotti in promozione con forti spinte all'azione.

Lo scaffale intelligente (smart shelf, smart display) è il paradigma di queste nuove tendenze ed in particolare della comunicazione interattiva al punto vendita.

Interattività

Le soluzioni interattive sviluppate da HSC si basano sui concetti di comunicazione marketing dinamica, dove il contenuto viene veicolato dal tocco dell'oggetto, dal movimento o dalla presenza delle persone. Attraverso opportuni sensori il display intelligente è in grado di intercettare i movimenti di cose e persone e di modificare il messaggio in funzione di ciò che succede nella sua prossimità

Supporti della comunicazione

Gli schermi digitali, gli altoparlanti inclusi nello scaffale ed eventualmente i telefoni cellulari sono alcuni dei supporti usati per veicolare il messaggio personalizzato al cliente

Distribuzione e presentazione dei contenuti

I contenuti presentati dal display intelligente possono essere di diverso tipo, dai testi (descrizione, prezzo, disponibilità di misure e colori ecc.) e dalle immagini statiche (foto dell'oggetto) fino a contenuti multimediali complessi come video, animazioni, suoni e luci. I contenuti possono essere trasferiti sul server del punto vendita attraverso collegamenti elettronici puntuali con la sede e con il fornitore (EDI) o possono essere gestiti da un complesso sistema di broadcasting dalla sede, presso la quale i contenuti vengono costruiti, ai punti vendita che li fruiscono. Per rispondere alle diverse esigenze sono stati così creati strumenti di content management interni ad HSCStorePoint e integrazioni a software di gestione del Digital Signage in grado di gestire tutto il processo di creazione, gestione e distribuzione dei contenuti.

Pubblicità e informazione al punto vendita

Il display intelligente è una buona opportunità sia per il retailer che per il produttore per far giungere al consumatore un messaggio mirato e rilevante a costi infinitamente inferiori di quelli dei canali tradizionali della pubblicità. Secondo gli analisti, infatti, il digital signage cattura l'attenzione di molte più persone che qualsiasi altro mezzo di pubblicità ed è anche molto più piacevole di qualsiasi altro, fatta esclusione della televisione. La capacità del display intelligente di comunicare alle persone interessate ad un certo prodotto e quindi già qualificate permette di realizzare e di dare messaggi unici molto mirati, come nessun altro media può fare. Infine, mettendo in relazione l'attività sullo scaffale agli acquisti nello store si può valutare direttamente il successo della comunicazione.

Inventari RFID

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 dalle tecniche di autoidentificazione del prodotto.

La Capacità Progettuale

HSC fornisce ai propri clienti soluzioni complete e chiavi in mano, dal Concept alla introduzione delle nuove tecnologie presso il punto vendita. 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. Attraverso partnership con provider di servizi di Digital Signage internazionali può fornire supporto alla realizzazione alla gestione e distribuzione dei contenuti ai punti vendita anche secondo modelli di Software-as-a-Service (Saas).

