

L'innovazione digitale e il commercio al dettaglio: nuovi modi per fare business

mercoledì 26 settembre 2018
Centro Congressi Ville Ponti | Varese
Orario: 9.30-13.30

Il commercio ha iniziato ad adottare le tecnologie informatiche molto tardi rispetto ad altri settori e, al contempo, deve confrontarsi con clienti sempre più volubili e multicanale. Secondo l'Osservatorio eCommerce BtC del Politecnico di Milano l'e-commerce nell'ultimo biennio ha movimentato in Italia 19,3 MLD di euro, di cui il 15% da smartphone e il 9% da tablet. Grazie a Internet, all'evoluzione dei media digitali, alle connessioni mobile e allo sviluppo dei social network, il commercio ha a disposizione una massa di informazioni. Oggi non c'è business senza intelligence: il prodotto, il punto vendita e il servizio sono informazioni da gestire con i data analytics. Così, dalla fabbrica al consumatore le tecnologie digitali diventano la chiave della comunicazione e del business.

Obiettivi

Coinvolgere le aziende del settore commercio (in particolare dei punti vendita) circa le potenzialità degli strumenti di digitalizzazione, dei modelli di customer experience, delle piattaforme tecnologiche e dagli apparati capaci di generare nuovo valore per le imprese e i loro clienti.

Programma

L'evoluzione digitale

- La digitalizzazione cambia l'organizzazione: influenza della micro e macro tecnologia nel ridisegnare i processi e le attività anche nel settore commercio
- Digital Commerce: Il concetto di Omnichannel
- Il concetto di Valore del Cliente e la Customer experience
- Le strategie basate sul brand e i dati web based

La strategia, le piattaforme e gli strumenti

- Customer experience in pratica (esperienze dai brand più gettonati)
- E-commerce, piattaforme ed evoluzioni
- Il commercio fisico e gli strumenti di store locator
- Gli strumenti digitali nel punto vendita (Es. Smart Totem interattivi, Scaffali intelligenti, etichette intelligenti, Cassa intelligente, Interactive Touch Screen, Virtual cash desk, Mobile POS, ...)
- La sensoristica: i tag RFID ed NFC, i sistemi di rilevazione termici, i contapersone, gli smart code
- CRM, sistemi per il monitoraggio dei clienti in store, sistemi a supporto del demand, inventory e distribution planning, sistemi Erp

L'importanza dei dati e l'analisi del comportamento dei consumatori

- Big data: dati, analisi, strumenti, persone e processi
- Machine learning e Intelligenza Artificiale: la mancanza di talenti digitali
- Applicazioni delle neuro tecnologie

Docente: Demetrio Macheda

Opera da oltre un trentennio nell'area delle Human Resources e della Consulenza di direzione. Dopo aver fondato e diretto la Polis srl, a partire dal 1996 si è specializzato nella realizzazione di applicativi web per l'e-learning e la valutazione. Ha realizzato il sistema cloud multilingua www.originalskills.com e www.integrityView.com per la valutazione per l'impresa 4.0. Offre consulenza nell'ambito dell'IOT, Machine Learning, Store Locator e neuromarketing.

