

# Una Store App per gli shop assistant

Nel fashion il mondo del retail abbraccia l'omnicanalità grazie alla soluzione firmata da DS Group e VMware. Un'app innovativa per lo staff in store, che valorizza la customer experience e abilita la Distance Sales

**Q**uante volte capita di entrare in un negozio di abbigliamento, chiedere o trovare un capo che vorremmo acquistare ma poi essere costretti a uscire a mani vuote, perché la nostra taglia o il colore sono terminati. Inconvenienti di questo tipo provocano insoddisfazione nel cliente e, soprattutto, mancati guadagni per i negozi. Due aziende leader in ambito digitale hanno unito il loro know-how tecnologico per fornire al settore retail del fashion una soluzione innovativa che gli consenta di essere più competitivo nei confronti dell'e-commerce e di rivoluzionare l'esperienza di vendita.

Si tratta di una Store App a supporto dello staff del negozio, che può così assistere in modo completamente diverso i clienti, da quando entrano a quando escono. L'idea è frutto dalla partnership tra DS Group, società di consulenza specializzata nella trasformazione digitale omnicanale delle aziende, e VMware, che con le sue soluzioni software aiuta le organizzazioni a evolversi in imprese digitali, in grado di offrire ai clienti esperienze migliori e ai dipendenti un ambiente di lavoro ottimale. «Negli scorsi anni abbiamo utilizzato la Store App per un grande gruppo che ha oltre 2.500 negozi in giro per il mondo», rivela Romeo Quartiero, fondatore e CEO di DS Group: «Il fatturato di ogni punto vendita è aumentato in media del 10%. Il negozio fisico è il punto debole del retail omnicanale: non riconosce il cliente, non può vendere tutti i prodotti possibili, non può gestire le disponibilità e le giacenze lungo tutta la rete, non è integrato con gli altri canali di vendita e con i sistemi aziendali. Dotare i sales assistant di uno strumento omnicomprensivo di queste funzionalità significa invece poter accedere all'intero catalogo dei prodotti, vendendo in negozio anche capi non disponibili in quel momento. Ma vuol dire anche accedere all'anagrafica dei clienti, visualizzare lo storico degli acquisti e la giacenza di tutti i canali (store fisici, online, magazzino centrale), gestendo ordini e prenotazioni. Per quanto riguarda la relazione con il cliente, l'app permette, ad esempio, di mostrare contenuti multimediali e informazioni condivise dai brand (sfilate, news, prodotti in arrivo)».

Grazie a VMware si possono gestire device e servizi nelle mani dei sales assistant che usano la Store App. VMware è infatti il leader riconosciuto dai principali analisti nel mercato di soluzioni di Unified Endpoint Management (UEM). «Un software di UEM», spiega Michele Apa, Senior Manager Solution Engineering di VMware, «assiste nella gestione a tutto tondo dell'utente, dal provisioning di un catalogo applicativo personalizzato alla configurazione dei dispositivi, fino all'attività successiva di supporto e assistenza, trasformando il dispo-



Romeo Quartiero, fondatore e CEO di DS Group



Michele Apa, Senior Manager Solution Engineering di VMware

sitivo mobile in mano allo shop assistant in uno strumento potente ed efficace di supporto al business, ma nello stesso tempo protetto e sicuro. Così si può preservare la sicurezza aziendale e dei device, fornendo all'utente finale un servizio su misura e aumentandone la produttività. Il concetto di negozio tradizionale sta evolvendo verso un modello sempre più ibrido e contaminato dal digitale. E questo percorso, già avviato da tempo, è stato inevitabilmente accelerato dalla pandemia. La digital transformation dev'essere colta come una grande opportunità per le realtà del settore: si deve agire e reagire in modo smart con rapidità, per essere competitivi e incrementare le opportunità di business».

E se uno dei temi caldi rilanciati dal Covid-19 sono i dati esponenziali dell'e-commerce, quello che la Store App va a esplorare è un orizzonte nuovo, quello delle Distance Sales. «La pan-

demia ci ha abituato all'uso delle video-call spingendo verso una dirompente trasformazione dei processi relazionali tradizionali tra le aziende e i propri clienti; è questo che noi definiamo "Distance Sales", spiega Romeo Quartiero. «È un nuovo modo di vendere, a metà strada tra l'e-commerce e il negozio fisico, che valorizza la competenza e la professionalità degli assistenti di vendita, esattamente come nell'esperienza in negozio, avvalendosi al contempo delle caratteristiche di velocità e pagamento online dell'e-commerce. La Distance Sales rappresenta per i clienti il modo più comodo, immediato e sicuro per l'acquisto assistito. Per i brand questo innovativo approccio si traduce, di fatto, in un nuovo canale di vendita assistita a distanza che garantirà alle aziende, che per prime lo adotteranno, un vantaggio competitivo duraturo nel tempo anche dopo la pandemia».