



Milano, 17.05.18, CMI Workshop Retail & CX



**The Basics & The Future:
processi e servizi di Digital Transformation
a supporto del mercato Retail**



At a glance

CMI Workshop Retail & CX

2



Un cliente su due riceve dal mondo Retail **informazioni** che ritiene fuori target o irrilevanti rispetto ai propri interessi.



Se è vero che ci sono margini di miglioramento, allora verifichiamo l'**efficienza** e la **qualità** di molti processi e servizi, dalla gestione interna dei tanti dati a disposizione fino all'esperienza di acquisto.

Con un occhio di riguardo per la semplicità e flessibilità di soluzioni in **Cloud** e dei sistemi di pagamento.





The Basics & The (NEAR) Future

CMI Workshop Retail & CX

3



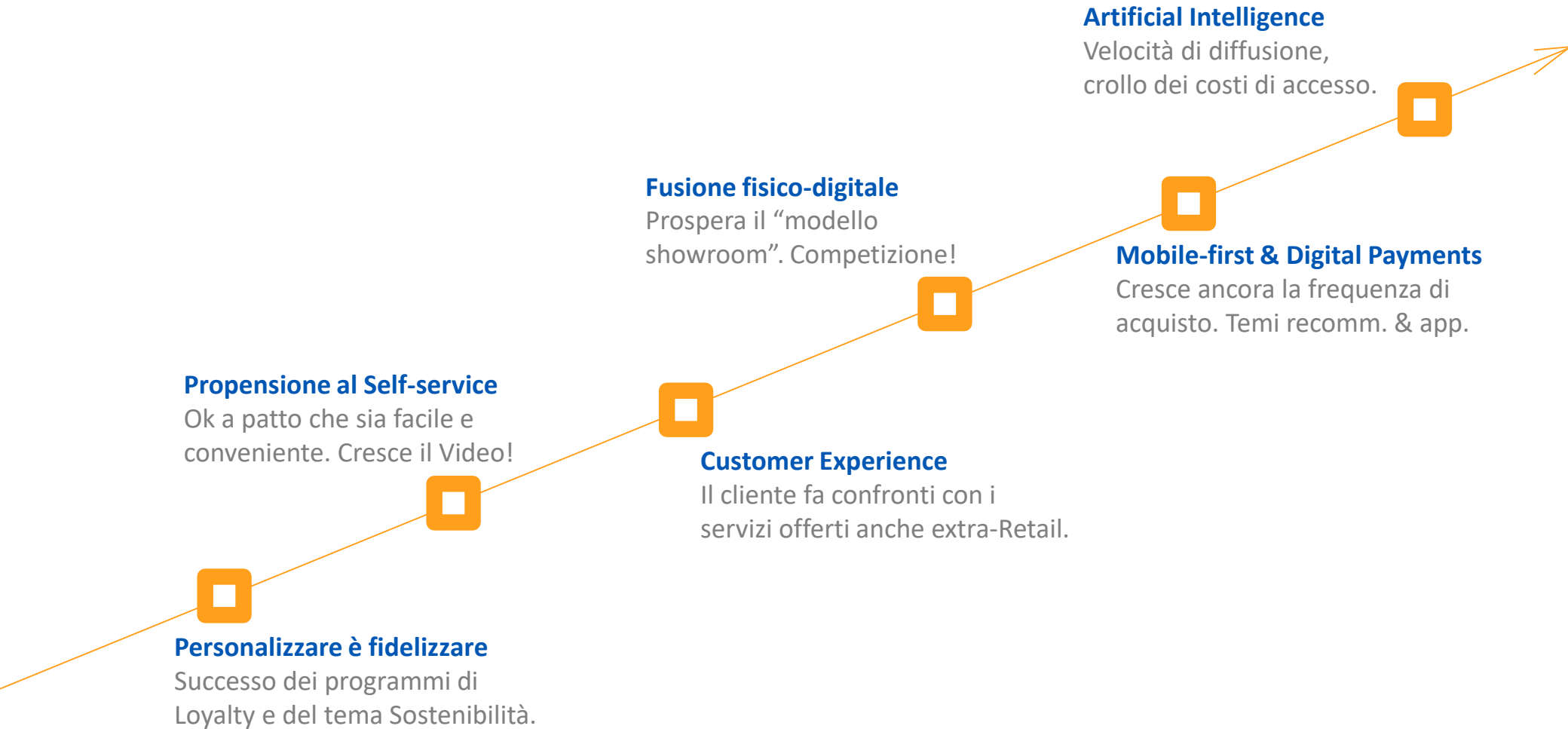
«I'm not a tech guy. I'm looking at the technology with the eyes of my customers, normal people's eyes.»

Jack Ma, fondatore e presidente Alibaba Group



The Basics & The (NEAR) Future

CMI Workshop Retail & CX



Online & Offline



L'IBRIDAZIONE DEI CANALI

I PUNTI VENDITA AL SERVIZIO DELL'ONLINE



BOOK AND COLLECT



Il **Book & Collect**, rappresenta un livello di sofisticazione ancora maggiore rispetto al semplice ritiro in negozio perché presuppone un unico sistema informativo per gestire i due canali, allineato in tempo reale con la disponibilità dei prodotti a magazzino e nei punti vendita della rete tradizionale. In effetti, questa possibilità è offerta solo nel 6,6% dei punti vendita delle insegne analizzate e si può considerare al momento lo stadio più avanzato nel lavoro di integrazione dei canali

TOTALE 6,6%



Incidenza dei Punti Vendita tradizionali nei quali è possibile il **book online & collect in store**

SEGMENTO



Acquirenti evoluti dal punto di vista digitale (i tech-savvy e i giovani)

MEDIA 12 CATEGORIE 1,75



Trend dello score di ibridazione

L'indice di "ibridazione dei canali", descrive in modo sintetico lo stato di sviluppo del percorso verso l'integrazione della vendita a distanza con quella nei negozi fisici. L'indice varia da 0 (nessuna integrazione, compresa l'assenza del servizio di acquisto online) a 10 (integrazione completa dei canali online e tradizionale)

L'EVOLUZIONE FUTURA DEL FENOMENO



Le otto funzionalità sono i fattori che si combinano nello score di ibridazione

Mobile-first & Digital Payments



I SERVIZI OFFERTI SUI DISPOSITIVI MOBILI

FUNZIONALITÀ DELLE APP DELLE INSEGNE ANALIZZATE



La caratteristica più diffusa tra le App è la possibilità di trovare i punti vendita sulla base di alcuni criteri di ricerca geografici o della propria posizione

52,8%

delle 252 insegne analizzate propongono un'App per i dispositivi mobili dei propri clienti

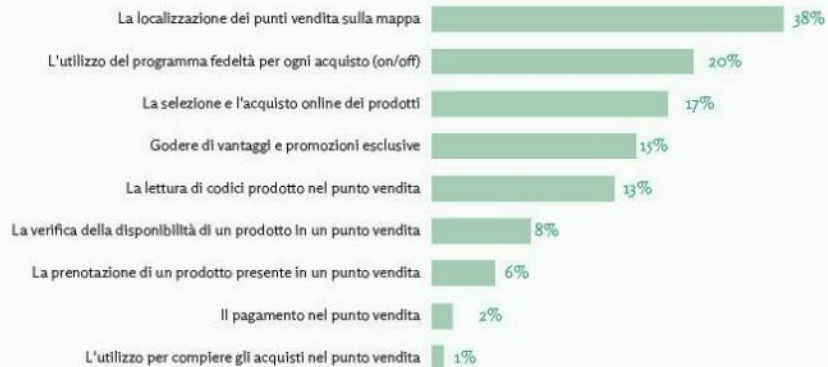


L'analisi delle 133 App delle insegne del retail mostra che alcune hanno pensato di inserire più funzionalità per diversificare le occasioni di utilizzo. Inoltre, alcune App sono attente a collegare l'esperienza di acquisto online con quella fisica e ad indicare l'esistenza di una lucida strategia verso la cross-canaltà



17% consente l'acquisto online dei prodotti dell'insegna

25% delle App delle insegne offre servizi che si possono utilizzare in negozio in qualche fase dell'acquisto



La combinazione e il peso delle funzionalità delle App consente di riassumere in un singolo indicatore (App Score) la ricchezza dell'esperienza in mobilità offerta dalle insegne ai clienti dei propri negozi. L'App Score varia da 0 (nessun servizio per dispositivi mobili) a 10 (perfetta integrazione dei canali mobile e tradizionale)



App Score per Categoria (Media = 1,44)

Mobile-first & Digital Payments



IL PAGAMENTO CASHLESS

INCIDENZA DELLE SOLUZIONI PRESENTI NEI PUNTI VENDITA

La possibilità di effettuare il pagamento di un acquisto nel punto vendita con l'App dell'insegna è offerta da solo 5 delle 252 catene analizzate nello studio



Incidenza dei sistemi di pagamento utilizzati per gli acquisti tradizionali nei 45mila punti vendita delle insegne analizzate (Base: acquisti tradizionali compiuti dagli utenti Internet italiani)

Le nuove soluzioni sviluppate in autonomia dalle insegne del retail per il pagamento con lo Smartphone nei propri punti vendita sono disponibili nel 2,7% dei negozi (corrispondenti a circa 1.200 punti)



Tre dei quali in una sola categoria, "Fast food", che sembra muoversi con particolare decisione nell'adozione di un sistema di pagamento branded e dedicato allo Smartphone

Gli acquisti di prodotti saldati con la carta contactless coprono il 5,4% del totale e sono molto più sviluppati della media in due categorie (acquisto di PC e Gioielli e Bijoux) e molto meno della media per gli acquisti di prodotti alimentari e prodotti di salute e benessere



Incidenza dei pagamenti con Carta contactless in 45.000 Punti Vendita tradizionali delle insegne del retail (Media = 5,4% a settembre 2017)



Just DON'T Do It

CMI Workshop Retail & CX

8

Allargare troppo il portfolio prodotti.

> operatori e chatbot possono supportare il cliente in tempo reale.

Puntare solo sui prodotti più famosi.

> usare sistemi di recommendation per maggiori margini sulla long-tail.

Illudere il cliente.

> qualità oggettiva, attesa e percepita non sono la stessa cosa.

Misurare le vendite “lorde”.

> quanto costa la gestione di reclami, resi, voucher, sconti, coupon?

Snobbare la Digital Transformation.

> do you know tecnologie vocali, IVR conversazionali, chatbot, machine learning...?



Your Voice S.p.A.

CMI Workshop Retail & CX

Area	CLOUD CONTACT MANAGEMENT	VOICE SELF-SERVICE	VISUAL COMMUNICATION	DIGITAL PAYMENTS
Prodotto	CLOUD CONTACT MANAGER	CLOUD IVR	VISUAL CX	PAYPLUS+





Mobile-first & Digital Payments

CMI Workshop Retail & CX



PROCESSORS & SEPA

ACQUIRING SERVICES

NEXT RELEASE H2 2018



COMMUNICATION CHANNELS

Cloud IVR Visual Web Live Chat Contact Center

SERVICES

Wallet Recurrent Token

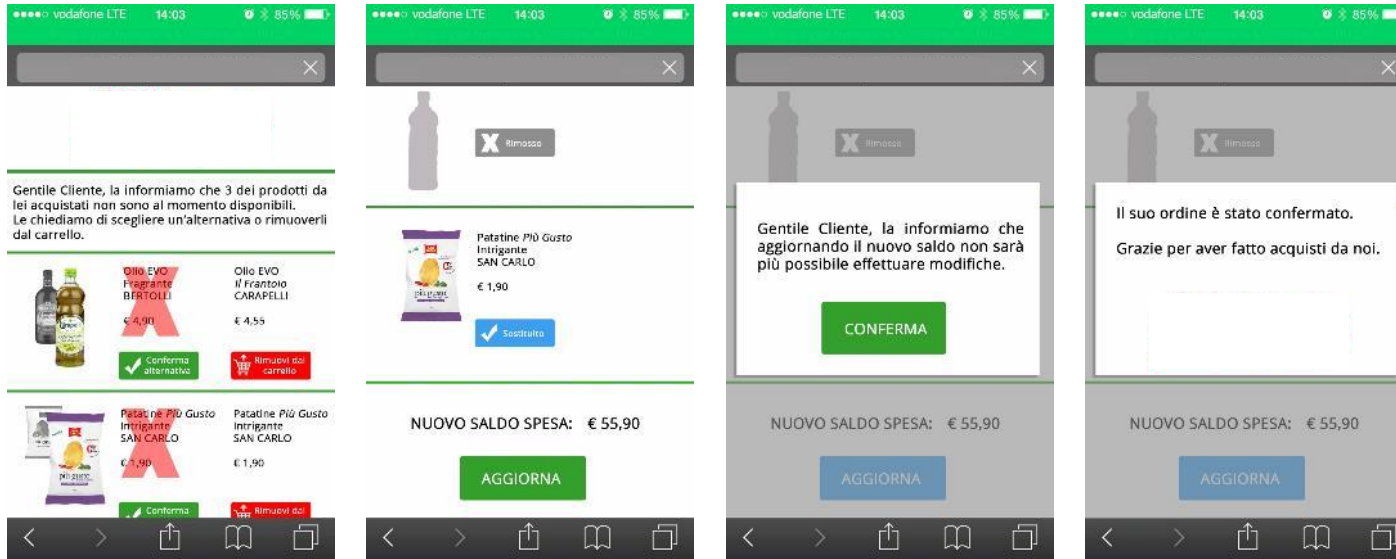
BARCODE / QR CODE

ROADMAP H1 2019



Mobile-first & Digital Payments

CMI Workshop Retail & CX





Acceptance & Payments

CMI Workshop Retail & CX

Applicazioni verticali, es. **Healthcare**, integrate con la piattaforma YV **Digital Payments**.





Your Voice S.p.A.

CMI Workshop Retail & CX

Finance	        
Retail	    
Telco	   
Ecommerce	   
Services	   
Media	  
Utilities	  



Milano, 17.05.18, CMI Workshop Retail & CX



Grazie!