

Il retail è vivo

Sensormatic IQ genera insights nell'intero ecosistema delle operazioni di retail per trasformare i dati di oggi nelle opportunità di domani.

Da una prospettiva esterna, sembra che i recenti avvenimenti globali abbiano rallentato la crescita del settore del retail. In realtà, questi eventi hanno costretto i retailer ad adattarsi e ad adottare e accelerare l'innovazione con una rapidità mai vista prima, allo scopo di offrire le esperienze richieste dai clienti, crescere e non rimanere esclusi dal mercato.

Per tenere il passo con i rapidi e continui cambiamenti della domanda dei clienti, i retailer devono affidarsi ai propri dati e utilizzarli al meglio per andare oltre il tempo reale e prevedere il futuro, intraprendendo tutte le azioni opportune per alterare tali previsioni come necessario. I leader del retail stanno mettendo da parte le sfere di cristallo e superando la concorrenza grazie a esperienze pienamente connesse in tutta la Supply Chain di produzione e sfruttano gli insights per emergere sul mercato e soddisfare la domanda di oggi gettando contemporaneamente, le basi per affrontare con successo qualsiasi cosa il futuro abbia in serbo per loro.

Per raggiungere questi risultati, però, bisogna capire che l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico non possono essere semplicemente acquistati. Richiedono una base che consenta di integrare i dati, di sfruttarli e di usarli per training ripetuti, tecnologie che la maggior parte dei retailer non ha ancora nel proprio toolkit o competenze per gestire tali tecnologie che, almeno fino ad ora, i retailer non hanno.

Previsione. Prescrizione. Esecuzione.

Un'esperienza clienti di successo è spesso definita come "la capacità di offrire il prodotto giusto al cliente giusto al momento giusto". Tuttavia:

- Cosa può succedere se si esauriscono le scorte perché non si capisce il comportamento degli acquirenti e non si conoscono le ore di maggiore affluenza?
- Cosa può succedere se un aumento degli ammanchi non consente di avere una visione precisa dell'inventario?
- Cosa può succedere se il personale presente nel punto vendita è insufficiente e i clienti, seccati dall'attesa, se ne vanno?
- Quale impatto possono avere sul traffico e sull'inventario fattori esterni come il meteo, le convention o gli eventi sportivi?
- Il personale assegnato è in grado di gestire le più recenti attività della criminalità organizzata rilevate nei pressi di



I leader del retail stanno aumentando la crescita della spesa IT a un tasso 3 volte superiore rispetto ad aziende con prestazioni inferiori alla media. (IHL)



La penetrazione dell'e-commerce ha prodotto risultati pari a 10 anni di crescita organica in circa 3 mesi (Fonti: Bank of America; Forrester Analytics; ShawSpring Research; US Department of Commerce; analisi McKinsey)



Quasi il 90% delle vendite in ambito retail del 2021 richiede il coinvolgimento dei punti vendita per l'evasione degli ordini. (IHL)



Gli ordini BOPIS negli Stati Uniti sono aumentati del 208% tra il 1° e il 20 aprile 2020, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. (Adobe)



Nel 2020, Target stima di aver guadagnato circa 9 miliardi di dollari dai soli concorrenti. (WSJ)



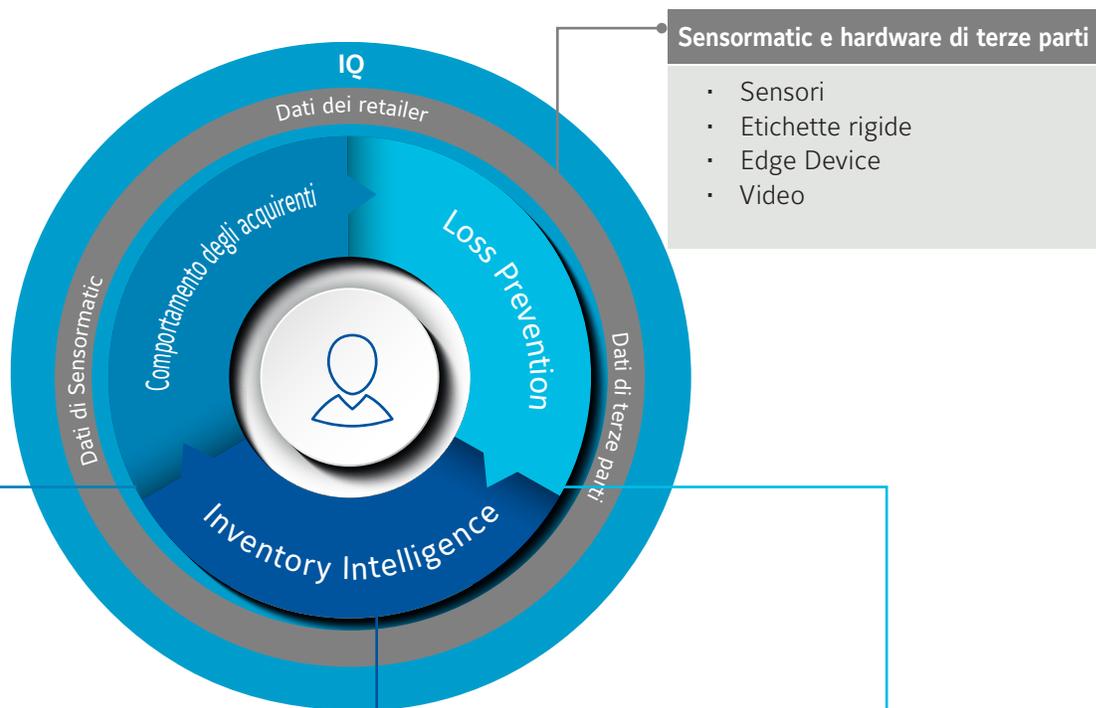
Il 77% dei retailer intervistati prevede di implementare tecnologie IA entro il 2021. (Gartner)



Gli ordini con consegna sul fronte strada sono aumentati del 208% durante la pandemia. Il 59% dei clienti afferma di essere propenso a continuare a scegliere questa modalità di acquisto anche dopo la fine della pandemia. (Adobe)

La forza della piattaforma

Sensormatic IQ è la piattaforma operativa intelligente per il retail che offre un valore tangibile all'intera azienda. La piattaforma aperta e scalabile fornisce e collega gli insights attraverso le esperienze all'interno dei punti vendita e online per prevedere i risultati futuri e poi prescrivere soluzioni tramite avvisi tattici al dipendente giusto, evidenziando le aree di opportunità in tutta la Supply Chain.



- Sensormatic e hardware di terze parti**
- Sensori
 - Etichette rigide
 - Edge Device
 - Video

- Traffic Insights**
- Conteggio del traffico
 - Occupazione del punto vendita
 - Market Intelligence
 - Shopper Journey
 - Ottimizzazione delle risorse di personale
 - Efficacia del marketing
 - Pianificazione degli spazi di vendita
 - Computer Vision

- Inventory Intelligence**
- Accuratezza dell'inventario
 - Visibilità della Supply Chain
 - Visibilità del punto vendita
 - Visibilità degli ammanchi
 - Visibilità delle transazioni
 - Analisi Fitting Room
 - Riassortimento in tempo reale
 - Computer Vision

- Loss Prevention e Liability**
- Gestione ammanchi esterni
 - Gestione ammanchi interni
 - Monitoraggio di attività ORC (Organized Retail Crime)
 - Previsioni di perdite
 - Sicurezza e conformità
 - Protezione delle risorse
 - Monitoraggio della sicurezza
 - Computer Vision



Vantaggi:

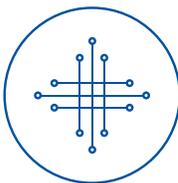
Connessione dell'esperienza: l'idea è integrare con una tecnologia avanzata le soluzioni Sensormatic, dei retailer e di terze parti, come quelle per i social media, per contrastare attività della criminalità organizzata (ORC, Organized Retail Crime) e per il meteo. Sensormatic IQ fornisce ai retailer una soluzione su misura che offre una visibilità senza precedenti sulle operazioni che collegano i dati appropriati al proprietario giusto per ottenere Traffic Insights e azioni che portano a risultati migliori.



Innovazione rapida: adattarsi alla velocità e superare la complessità delle implementazioni di innovazioni con la capacità di lanciare e collegare nuove capacità e incorporare l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico rapidamente, allo scopo di soddisfare la domanda in continua evoluzione dei clienti. Un time to market più rapido con nuove capacità significa team proattivi concentrati sul servizio ai clienti, invece di reagire a priorità in continuo cambiamento.



Scalabilità e risparmio: man mano che la domanda cambia, anche l'attività di un retailer cambia. Centralizzare dati complessi provenienti da dispositivi aziendali, sensori, periferiche e altro ancora, in un'unica piattaforma sicura permette di utilizzare i dati effettivi e gli investimenti di sistema, espandendo al contempo nuove capacità e insights a tutta l'organizzazione.



Efficacia ed efficienza: aumentare l'esecuzione delle operazioni del punto vendita trasformando i dati in tempo reale in previsioni che individuano aree di opportunità, stabilendo e prioritizzando le azioni della persona giusta per ottenere il massimo impatto.



Impiego delle risorse: ottenere di più dagli elementi più vitali del business: esperienza clienti, risorse fisiche, sistemi correnti e personale. Offrire più possibilità ai dipendenti sfruttando al massimo i dati e dotarli di strumenti che li aiutino a servire i clienti dando loro ciò di cui hanno bisogno in ogni momento.



1 Attività operative dei punti vendita

- Aumento delle vendite, dei margini e dei tassi di conversione grazie a una visibilità accurata dell'inventario
- Diminuzione della spesa per il personale grazie alla comprensione del comportamento e delle tendenze degli acquirenti
- Creazione di un ambiente sicuro e sano nel punto vendita
- Riduzione al minimo del rischio di danni al brand assicurando che le attività di regolamentazione e conformità siano soddisfatte a livello di punto vendita
- Realizzazione di un'organizzazione sostenibile con insights in tempo reale e predittive dell'inventario, in modo da sapere esattamente di cosa si ha bisogno e quando

2 Loss Prevention

- Diminuzione delle perdite dovute ad ammanchi interni ed esterni con azioni prescrittive
- Diminuzione dell'impatto degli eventi ORC (Organized Retail Crime) e dei tentativi di frode tramite widget integrati
- Diminuzione degli eventi che portano a imprecisioni dell'inventario con il rilevamento delle anomalie

3 Merchandising & Supply Chain

- Aumento delle vendite con una visibilità accurata sull'intero ciclo di vita della merce
- Diminuzione della perdita di margine dovuta a ribassi
- Riduzione del deterioramento delle scorte e degli sprechi grazie alla visibilità delle tendenze dell'inventario

4 IT

- Allineamento della spesa al volume della domanda
- Time to market più veloce grazie a rapida implementazione e scalabilità di nuove capacità
- Una migliore visibilità per offrire all'IT la possibilità di gestire efficacemente i sistemi complessi dei punti vendita
- Mantenimento di una forte sicurezza del front-end

5 Marketing

- Aumento del ROI delle campagne di marketing con pubblicità mirata, personalizzata, rilevante e posizionata strategicamente
- Miglioramento dell'esperienza clienti e costruzione di percorsi personalizzati con insights su modelli di traffico, tempo di permanenza, interazioni, dati demografici e altro
- Comprensione dell'impatto del marketing sulla capacità di attrarre diversi profili di acquirenti nei punti vendita

6 Finanza

- Comprensione e ottimizzazione del capitale costituito dai dipendenti
- Aumento delle vendite con transazioni di maggiore valore, fidelizzazione dei clienti e disponibilità dell'inventario
- Pieno utilizzo dei dispositivi e dei sistemi disponibili

Soddisfare la domanda di oggi e di domani

La nostra suite di soluzioni per il retail è progettata per trasformare i dati del retailer in azioni durante l'intero Shopper Journey.

- **Protezione della merce e riduzione degli ammanchi** - Le innovative soluzioni di Sensormatic sono progettate per aiutare i retailer a proteggere la merce, prevenire gli ammanchi e combattere le minacce rappresentate dalla criminalità, offrendo al contempo ai clienti un'esperienza di acquisto ottimale. Sensormatic è all'avanguardia dell'innovazione nell'ambito della Loss Prevention: la sua tecnologia rende più visibili gli ammanchi, oltre a migliorare l'efficienza operativa.
- **Gestione dell'inventario per un commercio unificato davvero ottimale** - Forniamo una visibilità sull'inventario che aiuta a massimizzare i ricavi e consente un'esperienza clienti maggiormente personalizzata e ottimizzata. La nostra soluzione di Inventory Intelligence offre una migliore visione a livello di articolo dell'inventario dell'intera azienda, semplificando la transizione al commercio unificato.
- **Ottimizzazione e miglioramento dell'esperienza acquirenti** - Se si comprendono a fondo i modelli di flusso dei visitatori, è possibile prevederli e prepararsi ad affrontarli, ottenendo così il massimo da marketing, merchandising e personale. Le analisi del flusso di visitatori ShopperTrak consentono ai retailer di offrire ai clienti un'esperienza clienti di maggiore valore, contribuendo nel contempo a incrementare il tasso di conversione.

Il futuro è ora

Questa piattaforma aperta rappresenta il culmine di anni di ricerca e sviluppo da parte di tecnici e analisti dei dati leader del settore. Sensormatic IQ sfrutta la portata globale e la scalabilità di Google Cloud, insieme ai sensori smart e all'analitica avanzata, per offrire operazioni di retail a prova di futuro e in grado di evolvere con il settore del retail in continuo cambiamento.