

**MOBILE TECHNOLOGY E DIGITAL SIGNAGE:  
LE CHIAVI PER LA CRESCITA DI RETAIL E GDO IN ITALIA**

*Si è svolto a Milano il 29 e 30 novembre l'11° Forum Retail e GDO che ha visto le grandi realtà del settore a confronto per esplorare tendenze di mercato e analizzare le possibili strategie di crescita*



**Integrazione multimediale, scelte innovative per la comunicazione in store e utilizzo crescente della mobile technology**, sono queste le direzioni verso le quali si stanno muovendo con sempre maggior determinazione le aziende del settore Retail e Grande Distribuzione Organizzata, chiavi per la crescita e passi fondamentali per poter offrire un servizio sempre più completo e personalizzato alla clientela.

**Proprio di questo si è discusso a Milano durante l'11° Forum Retail e GDO** che ha visto anche quest'anno partecipanti di altissimo livello come *Auchan, Conad, Euronics, Gruppo Coin, Benetton, Bosh, Cisalfa Sport, Pirelli, Penny market, la Rinascente, Leroy Merlin, Gruppo PAM, Guess Europe, Iper Montebello e Basic Net.*

**Il Forum è un momento di confronto che fornisce a tutte le aziende una fotografia del settore e le linee guida per orientare le scelte strategiche future** a fronte delle diverse esperienze e del know-how accumulato nel tempo, per poter affrontare la crescita nel mercato e rispondere al meglio alle nuove esigenze del cliente.

**LE INIZIATIVE DELLE AZIENDE RETAIL & GDO NEL 2011**

**Sono diverse le strade da percorrere e le iniziative da intraprendere per le aziende del settore**, a partire da **un'integrazione multimediale** che consente di sfruttare sinergicamente i vantaggi legati all'utilizzo di **tecnologie** differenti **per fornire servizi innovativi** e funzionali rivolti al cliente finale o destinati alla gestione del business, come sistemi di pagamento, CRM (Gestione delle Relazioni con i Clienti) e loyalty programs.

**Fondamentale il ruolo ricoperto dalla tecnologia mobile** che consente ai consumatori – sempre più spesso dotati di smartphone – di scaricare direttamente sul punto vendita le applicazioni che consentono poi di raccogliere informazioni sul prodotto, consultarne il prezzo, aggiungerlo alla shopping list e pagare la spesa scegliendo la forma di pagamento più comoda (contanti, carta di credito, bancomat) tramite un self-check out che emette la ricevuta. In questo modo il cliente può usufruire di un **servizio personalizzato, recuperare facilmente informazioni e concludere l'acquisto in qualsiasi momento con estrema facilità.**



La **tecnologia digital signage** è un'altra scelta chiave nel campo del retail che apre a nuove opportunità di **business** e consente di mettere a punto soluzioni personalizzate e di grande impatto per il punto vendita, in grado di garantire un valore aggiunto all'esperienza in store del cliente.

#### **LA TESTIMONIANZA DELLE OPPORTUNITA' DI BUSINESS PRESENTATE DA M-CUBE / SAMSUNG**

**Samsung** e **M-Cube**, che collaborano da tempo per numerosi progetti nel campo retail, **hanno partecipato al Forum per portare la loro testimonianza** relativamente alle opportunità di business concretamente legate all'utilizzo di questa tecnologia.

**Samsung**, che ha investito molto negli ultimi anni in R&D ed è tra le compagnie con il più alto numero di brevetti depositati, **ha presentato l'ampio ventaglio di tecnologie dedicate al digital signage che offre al mercato** per garantire un valore aggiunto all'esperienza in store del cliente. In particolare l'intervento di **Simone Bettola, Business Unit Manager Samsung Italia** si è concentrato sui prodotti dedicati al punto vendita, ribadendo il forte interesse dei clienti verso le diverse **soluzioni in digital signage**, dai **monitor instore** ai **display da vetrina**, passando per i **totem display** e **touch-screen**, i **wayfinders** e i **videowall**, tutte soluzioni di grande impatto che permettono di interagire con il cliente finale.

**Le concrete applicazioni della tecnologia digital signage sono state oggetto dell'intervento curato da Leonardo Comelli, Direttore Commerciale e Amministratore Delegato di M-Cube**, che ha esposto alcuni case studies che l'azienda ha seguito in questi 10 anni nei quali si è occupata di comunicazione multimediale sul punto vendita.

Fra i diversi progetti si è parlato in particolare del **videowall realizzato per le vetrine di Brian&Barry** – la più grande installazione in digital signage d'Europa - e di quelli in store installati all'interno del **flagship store di Pirelli**, ma anche di tutte le **applicazioni in store retail** pensate per il mondo della moda, come i richiestissimi **wayfinders dinamici** e i **display** che sostituiscono l'affissione tradizionale. Ampio spazio è stato dato anche alle possibili **applicazioni dei touch screen**, utilizzabili per fornire informazioni al cliente all'interno del punto vendita, e ai monitor che, posizionati nelle zone dei prodotti freschi nella GDO, sono in grado di fornire un **servizio eliminacode digitale** e news relative alle promozioni della settimana e alle numerose altre **soluzioni per il settore ristorazione**.



## I CINQUE OBIETTIVI CHIAVE DEL DIGITAL SIGNAGE

“Il digital signage è uno strumento con grandi potenzialità, in grado di dare un valore aggiunto agli investimenti delle aziende rispondendo a 5 obiettivi chiave: comunicare e interagire con il cliente, migliorare il servizio, promuovere e risparmiare – dichiara **Leonardo Comelli**, Direttore Generale e Amministratore Delegato di M-Cube - M-Cube lavora da sempre con i suoi clienti per rispondere a queste esigenze, cercando di andare oltre l’idea tradizionale del ritorno degli investimenti basato sulla pubblicità ed elaborando soluzioni audio-visive digitali pensate per essere parte integrante della strategia di marketing del cliente. Il digital signage permette di comunicare in tempo reale e di fornire un servizio completo al cliente, è sufficiente pensare all’integrazione multimediale del digital signage con la tecnologia mobile, al sito web, ai social media: è la multicanalità che risponde alle esigenze del cliente di oggi. Questo è il valore aggiunto del digital signage e il vero ritorno sugli investimenti”.



## **ABOUT M-CUBE**

Nata nel 2001, fornisce una competenza specifica nel settore della comunicazione e delle tecnologie innovative proponendo, grazie ai propri hardware e software, servizi di intrattenimento e di informazione all'avanguardia.

M-Cube è l'azienda di riferimento nella progettazione e realizzazione di sistemi di instore radio, instore TV e progetti di comunicazione in digital signage per la diffusione di contenuti multimediali a distanza, espressamente studiati per ogni luogo aperto al pubblico e per le grandi organizzazioni aziendali multi-punto vendita e istituzionali.

### Sono clienti M-Cube:

Giorgio Armani, Trussardi, Benetton, Mc Donalds, Euronics, Esselunga, Despar, Obi, Stefanel, Illy, UBI Banca, IBM, Cariparma, Michelin, ATM Milano, ICMoving, Acqua & Sapone e molti altri.

[www.mcube.it](http://www.mcube.it)

## **ABOUT SAMSUNG**

Samsung Electronics Co. Ltd. è una società leader globale nei settori dei semiconduttori, delle telecomunicazioni, dei media digitali e delle tecnologie di convergenza digitale con un fatturato, nel 2010, pari a 135,8 miliardi di dollari.

Con circa 190.500 dipendenti in 206 filiali di 68 paesi, la società si divide in otto unità di business indipendenti: Visual Display, Mobile Communications, Telecommunication Systems, Digital Appliances, IT Solutions, Digital Imaging, Semiconductor e LCD.

Riconosciuto tra i marchi globali con il maggior tasso di crescita, Samsung Electronics è uno dei più importanti

produttori al mondo di schermi LED-LCD, televisori digitali, chip di memoria, telefoni cellulari, stampanti, e notebook.

[www.samsung.com/it](http://www.samsung.com/it)

Ulteriori informazioni relative ai prodotti digital signage presentati da Samsung al Forum "Retail & GDO" sono disponibili alla seguente pagina web:

I prodotti: [www.samsung.it/business/lfid](http://www.samsung.it/business/lfid)

La comunicazione digital signage: [www.samsung.it/business/lfid\\_solutions](http://www.samsung.it/business/lfid_solutions)