

L'INNOVAZIONE NEL TERZIARIO - IDEE PER BATTERE LA CRISI

Ascom Padova

**Quando l'innovazione
batte la crisi nel Retail**

Tendenze e casi concreti di
operatori indipendenti

Fabrizio Valente

Partner fondatore Kiki Lab

Padova 4 Giugno 2013



John Singer Sargent

Tempesta sull'oceano Atlantico, 1876

Cos'è il Retail?

- Attività di vendita di prodotti e servizi ai clienti finali
 - ✓ Negozi
 - ✓ Ristorazione
 - ✓ Hotel, agenzie turistiche, ...
 - ✓ Banche, servizi, ...
 - ✓ E-commerce
 - ✓ ...



Kiki Lab: Retail 360°

- Consulenza
- Ricerche e indagini
- Formazione
- Retail Tour all'estero
- *Operiamo in tutti i settori di commercio e servizi*



Ebeltoft Group

International Retail Experts

Dia-Mart Group
France

Gruppe Nymphenburg
Germany

Pragma Consulting
UK

Retail Institute Scandinavia
Denmark; Sweden; Norway

Kiss Retail
Spain

Architected Business Solutions
Romania

McMillan/Doolittle
USA

A.S.Louken
Singapore; China

J. C. Williams Group
Canada

Technopak
India

Gouvêa de Souza & MD
Brazil

Frontline Strategies
Australia

Instituto de Marketing
Portugal

Eurosis Consulting
Turkey

Fuhrer & Hotz
Switzerland

the Retail Doctor
Australia

Okamura Consulting
USA

Q&A
Holland

ToDo Retail
Mexico

Kiki Lab
Italy



**Kiki Lab:
membro italiano**



Chiavi per innovare nel Retail

DIGITAL



Nativo digitale



Cross-canalità

ASSORTIMENTO



Scelta²



Iperlocal



Personalizzazione

PEOPLE



Crowdtailing

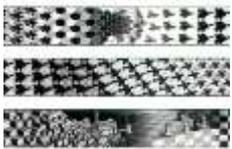


Generation mix



Servizio 360°

EXPERIENCE



Storytelling



Multi-sensor



Efficienza per i clienti



Human tech

VALORI



Mi fido di te



Greentailing

Storytelling

- I retailer possono innovare con successo raccontando storie *autentiche*



Eataly



Eataly



Eataly



Eataly



Personalizzazione



Build-A-Bear: una nuova idea

- 1997: lancio di Build-A-Bear, dal negozio al laboratorio



Un processo esperienziale progettato e comunicato con cura



Estrema cura dei dettagli



Esperienza personalizzata

- Da un acquisto banalizzato alla creazione di **un'indimenticabile esperienza molto personale**
- *Qual è l' 'orsetto' della tua attività?*



Polisensorialità

- Coinvolgere i visitatori attraverso tutti i sensi
- Non solo guardare e acquistare, ma toccare, ascoltare e provare



Negozi di lane

- Purl – New York
- Lion Brand Yarns – New York
- Tricothé - Parigi
 - ✓ ambiente molto familiare
 - ✓ corsi e incontri organizzati nel negozio

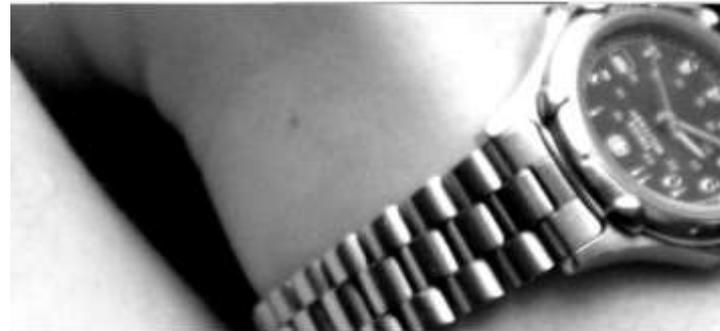
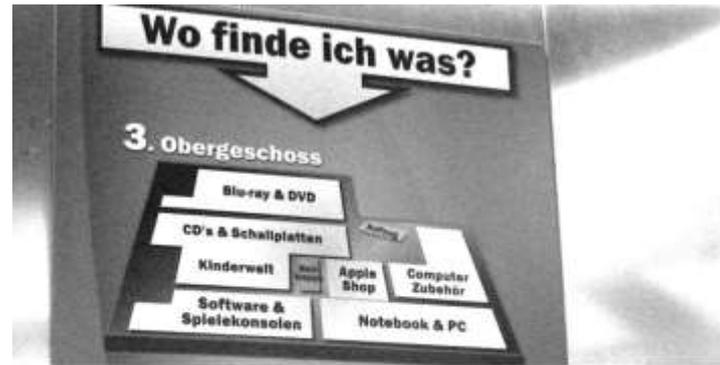


Un Jour, Un Chef - Parigi



Efficienza per i clienti

- Tempo: risorsa sempre più scarsa
 - ✓ Shopping experience fluida ed efficiente
 - ✓ Chiarezza e semplicità



Roses Are Red: fioraio (Nuova Zelanda)

- Concept: fioraio interattivo
- Conferma dell'ordine online attraverso una foto del mazzo di fiori inviata via mail
 - ✓ In caso di insoddisfazione il mazzo di fiori viene rifatto



Current T

Roses are Red

Home Shop Flowers Delivery Info Resources Feedback Ab

Auckland Florist – Prompt Delivery of Flowers and Gifts Auckland and NZ

Search Go

Shop Online

- * Best Sellers
- * Flower Bouquets
- * Flower Arrangements
- * Roses
- * Plants For Gifts
- * Gift Baskets
- * Gift Boxes
- * Baby Flowers & Gifts
- * Sympathy Flowers
- * Bridal Flowers
- * Flowers For Functions

Auckland Florist Delivers Fresh Flowers & Gifts NZ wide

We're a New Zealand florist based in Auckland. We deliver flowers, [flower bouquets](#), [plants](#), [gifts](#), [gift boxes](#), [gift baskets](#), anniversary flowers, [bereavement flowers](#) Auckland & New Zealand wide.

Shop online with us and receive a digital photo of your order. To begin simply click on any category on the left to view our full range.

Most Popular Flowers In Auckland

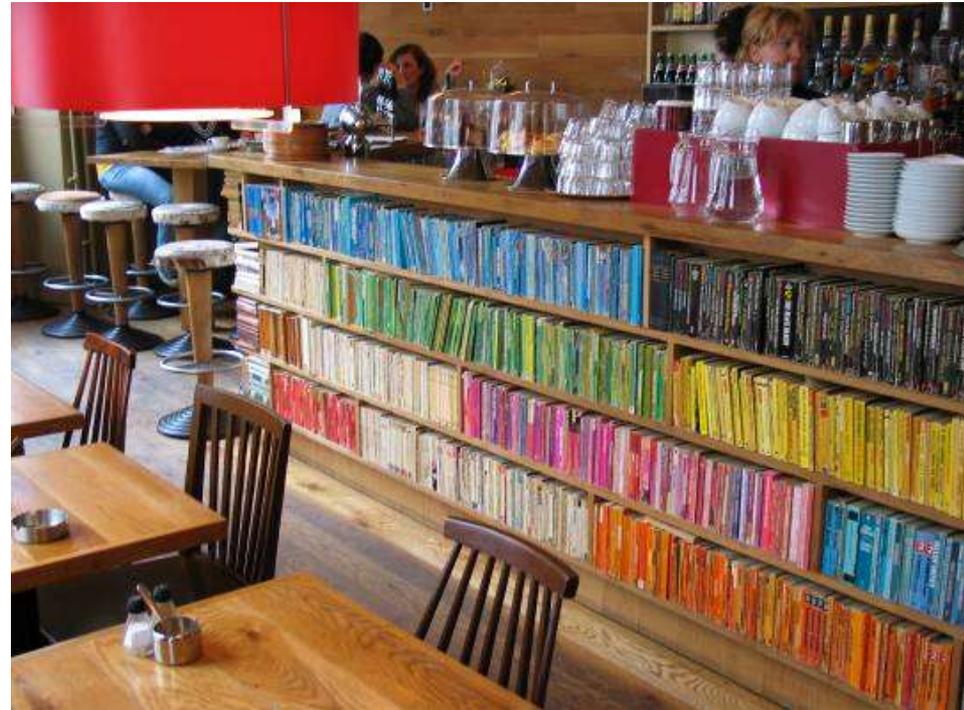


Laundromat – Copenhagen (DK)



Laundromat Cafè: rendere piacevoli le attività di routine

- Atmosfera accogliente
- Connessione wireless gratuita
- Vasta selezione di giornali, riviste e libri (4.000 referenze)



Minibar - Amsterdam



Central Market



Central Market



Central Market

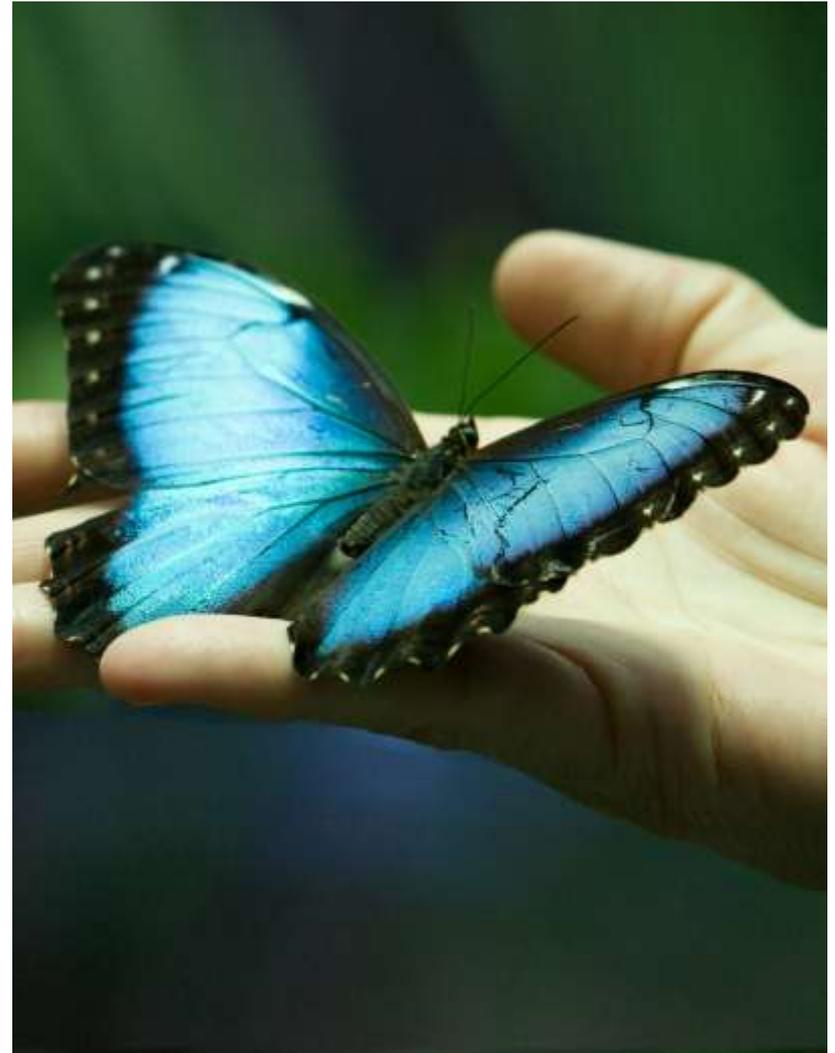


Central Market



Servizio 360°

- Porre il cliente *veramente* al centro
- Progettare livelli di servizio adeguati al posizionamento
- Includere elementi di servizio capaci di sorprendere superando le aspettative



KU 64 - Berlino

- Studio dentistico
- 2.000 mq su due livelli
- 70 addetti
 - ✓ 18 dentisti, 9 odontotecnici, 8 igienisti
- *Obiettivo: massimo relax per i pazienti-clienti*



KU 64 - Berlino



- Ambiente

- ✓ accogliente e polisensoriale
 - tecnologie high tech, ma non a vista
 - colori caldi
 - profumo cappuccino
 - suoni rilassanti
 - camino

- Servizi

- ✓ orari estesi 7/7
- ✓ aree gioco per bambini
- ✓ bevande e

**25.000 pazienti
+ 300 nuovi al mese**

Migros: l'Albero dei Desideri – CH Iperlocal

- Schermo digitale nei convenience store
- Richiesta di prodotti non presenti, ma referenziati
- 2011: lancio



Top3 by design – AUS

- Specializzato design multi-canale
- 3 prodotti per categoria
- 3 negozi a Sidney
- 200 mq: superficie media



- Galleria temporary in-store
- 5 retailer coinvolti
- 2012: lancio
- 1.700+: superstore di Target

Chiave dell'innovazione

- **Co-opetition:** un colosso che collabora con piccoli indipendenti in progetti win win



Cross-Canalità

DIGITAL



4food – USA - Hamburgeria di qualità



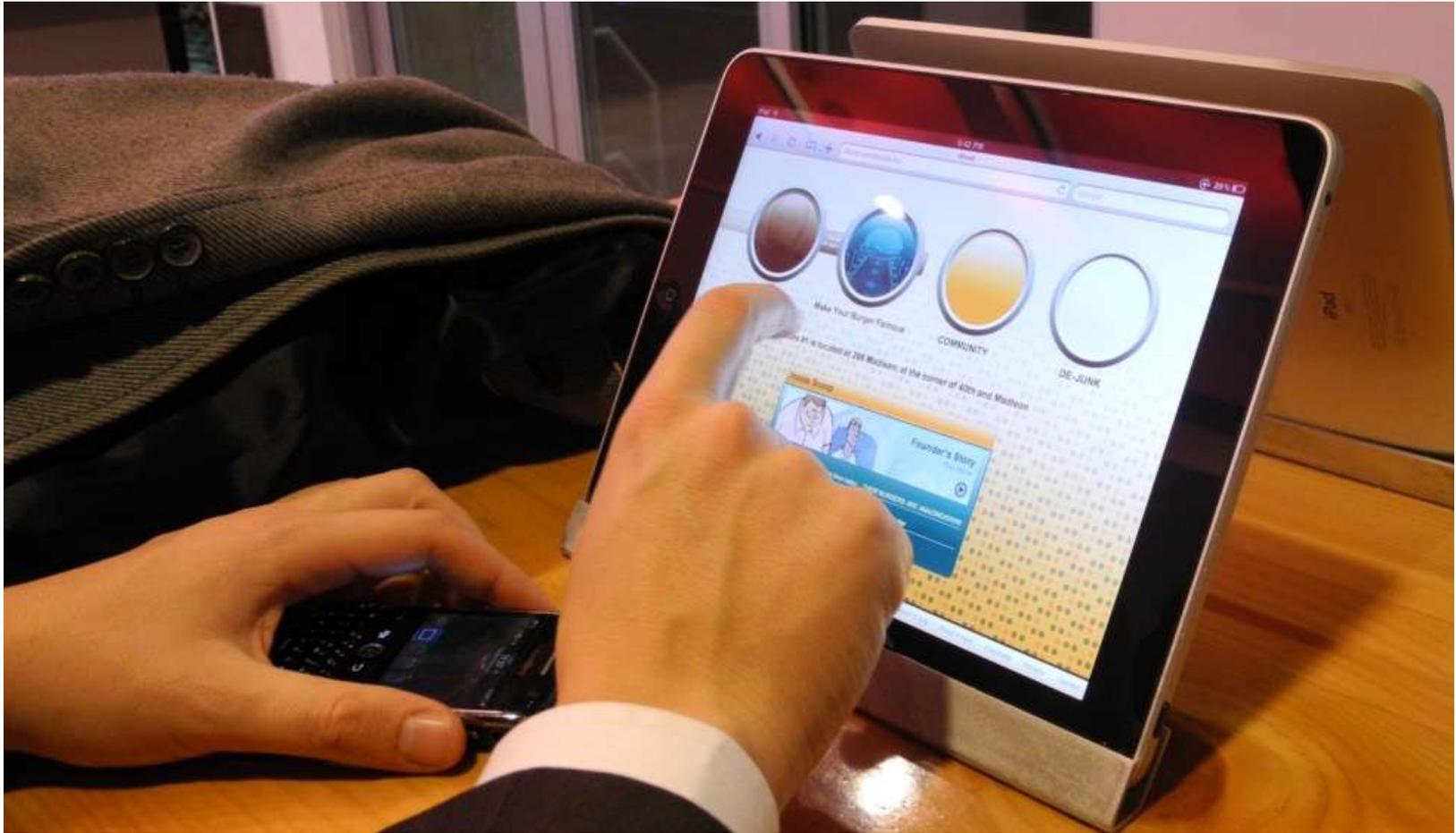
Our mission is to **de-junk** fast food™
by bringing fast, fresh, delicious, and nutritious
food, made of local products, and fair prices.

12.129: hamburger mangiati da un americano medio nel corso della sua vita

- Personalizzazione: 140 + mln di combinazioni
- Brandizzare la propria ricetta



4food - Meccanismo virale e incentivante



Emmas Enkel – D

- Negozio di alimentari multi-canale
- 2012: apertura
- 120 mq + 200 mq magazzino
- 2.200 referenze (1.700 solo in magazzino)



Emmas Enkel – 'I nipoti di Emma'

- Ambientazione retrò - tradizionale rivisitato in chiave moderna



Emmas Enkel – Chiavi dell'innovazione

- QR code in negozio



C&A Fashion Like – BR

- 2012: lancio Fashion Like per la Festa della Mamma



2,4 mln: fan su FB
Traffico in negozio: + 350%

...e in Italia?

Scontomaxi: supermercato

- 2.700 referenze grocery
- In soli 250 mq



Scontomaxi: efficienza per il cliente



Scontomaxi: spesa veloce e comoda

- In magazzino gli addetti riempiono i sacchetti
- Ritiro della spesa grocery direttamente in cassa
- 3,5 mil/€ fatturato 2009



T.riciclo: il riuso come forma di risparmio ambientale e business di successo

- catena in franchising abbigliamento e attrezzature usate (0 - 14 anni)
- Boutique: qualità dei prodotti e degli ambienti
- Sostenibilità sociale e ambientale
- Assistenza agli affiliati (webcam)



T.riciclo: ambienti raffinati



Progetto Tesmac con Kiki Lab

- Negozio di abbigliamento
- Nato nel 1977, famiglia Ancellotti
- Superficie: 600mq
- Struttura del progetto
 - ✓ Analisi attività
 - ✓ Indagine sui clienti
 - ✓ Consulenza
 - ✓ Formazione



Immagini del vecchio negozio



Risultati: negozio più commerciale, "fresco" e "giovane"

- Ampliamento del posizionamento "jeanseria"
 - ✓ Più spazio dedicato
 - ✓ Esposizione meno massificata
 - ✓ Visual Merchandising e ambientazione
- Meno spazio e referenze alle categorie meno redditizie e non strategiche
 - ✓ Biancheria, intimo, bimbo



Negoziò piú coinvolgente

- Eventi in negozio
 - ✓ con opportunità di coinvolgimento di partner
 - fornitori
 - altri negozianti
 - associazioni
 - ...



Negoziò piú mirato

- Comunicare direttamente con i clienti
- Creare promozioni personalizzate
- Rendere piú efficienti gli investimenti
- 3.000 numeri di cell. raccolti
- Costo per campagna: <300€
- Ritorni: media di 15% di clienti della lista che vanno in negozio



Progetto Barbieri – Despar con Kiki Lab

- Attivi dagli anni '50
 - ✓ Azzano Mella (450mq)
 - ✓ Dello (200mq)



La carta dei servizi

- Lista dei 16 servizi
- Spesa a domicilio
- Ordini telefonici – via email
- Confezionamenti sotto vuoto a richiesta
- Cambio merce
- Raccolta batterie usate
- ...



La carta dei servizi Barbieri in negozio



Risultati

Quelli che battono la crisi *Due storie dal commercio*



Matteo, uno dei tre fratelli Barbieri

Azzano, al supermarket (se lo vuoi) ricicli la borsina

I fratelli Barbieri trasformano il negozio di famiglia e propongono anche l'acquisto del pane self service

AZZANO Piccoli ma determinati. I fratelli Barbieri provano a lanciare la loro «sfida» al mercato e trasformano l'azienda di famiglia mettendoci risorse e idee nuove. Una è il riciclaggio delle borse del supermercato: lo «spunta» - spiega Cristian Barbieri - è stato preso dalla catena olandese Albert Heijn - un contenitore ospiterà le sportine in plastica che clienti del supermarket di piazza Dante ritireranno di aver in eccesso a casa.

«Chi lo desidererà - aggiunge ancora l'operatore commerciale azzanese - potrà prelevare e servirsi per portare gli acquisti a casa oppure, altrimenti, usare le nostre».

Un'altra novità è il pane self service - pratica - spiega ancora Cristian Barbieri - molto diffusa nel Trentino e che per la prima volta arriva a Brescia. Il principio è lo stesso della frutta: un dispenser custodisce i guanti in plastica coi quali può esser prelevata dai banchi e messa nei sacchetti. Il pane è conservato in cassetti che il cliente apre, dai quali preleva il pane e che si richiudono automaticamente. Novità che abbia-

mo adottato per risparmiare tempo e personalizzare la spesa».

La famiglia Barbieri opera nel settore dai primi anni Quaranta quando la nonna di Matteo (27 anni), Cristian (38) e Maria Grazia gestiva un piccolo negozio di alimentari, attività proseguita poi dal figlio ed oggi alla terza generazione.

Il nuovo negozio - i cui titolare sono stati assistiti nel progetto di finanziamento ottenuto da Camera di commercio di **Kiki Lab** - mette a disposizione dei clienti settemila articoli: gli arredi del 430 metri del negozio sono di Arredo di Castel Mella e l'investi-

mento è stato di oltre centomila euro cifra che di questi tempi vale quasi il doppio considerando gli allarmi di crisi. Despar Barbieri ha anche creato una carta dei servizi: contiene l'elenco di quattordici proposte offerte gratuitamente ai clienti come il ricevimento telefonico degli ordini o via mail, il confezionamento di piatti di portata, il confezionamento di prodotti acquistati sottovuoto - insomma - conclude Cristian Barbieri - un valore aggiunto che vogliamo offrire ai nostri clienti». Valore aggiunto che a monte ha la sostenibilità: senza, oggi, non si va da nessuna parte.

2011: + 5%

2012: + 3%

Chiavi per innovare nel Retail

DIGITAL



Nativo digitale



Cross-canalità

ASSORTIMENTO



Scelta²



Iperlocal



Personalizzazione

PEOPLE



Crowdtailing

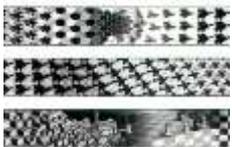


Generation mix



Servizio 360°

EXPERIENCE



Storytelling



Multi-sensor



Efficienza per i clienti



Human tech

VALORI



Mi fido di te



Greentailing

Il futuro è incerto

Sfida: imparare a navigare nell'incertezza



Il futuro è adesso



L'innovazione può battere la 'crisi': buon lavoro!

