



WALK IN

per



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

4 Giugno 2013 - PADOVA

INNOVAZIONE NEL COMMERCIO

- *La pratica dell'innovazione nel commercio è poco stimolata e ancora meno misurata.*

Oxford Business School – Innovation in Retail Sector

Eppure il commercio, i servizi, tutto il retailing in generale rappresentano l'ottava economia del mondo e contano oltre il 10% della forza lavoro mondiale

Il contributo del retailing e dei servizi al PIL e all'occupazione di ogni nazione è così importante che l'innovazione in questo settore gioca un ruolo critico.

Purtroppo, pur essendo un pilastro dell'economia mondiale, il commercio investe meno in innovazione di altri settori.

Perché?



PERCHE' MENO INNOVAZIONE?

- 1. La non “appropriabilità” dell’innovazione
- 2. L’innovazione è spesso “non tecnologica”
- 3. La presenza di tipologie miste di operatori crea un’inibizione strutturale
- 4. L’operatore medio piccolo vive nel paradigma “non posso fare nulla contro i grandi”, innovare non serve

OPPORTUNITA'?

- *l'operatore medio piccolo vive nel paradigma "non posso fare nulla contro i grandi", innovare non serve*

Questo paradigma è sbagliato.

Al contrario, l'operatore medio piccolo deve sapere che ha un vantaggio competitivo unico nei confronti degli altri e questo paradigma può essere stravolto a proprio vantaggio.

Andare a scovare questo vantaggio competitivo è essenzialmente un fattore di **cultura dell'innovazione** e cultura degli **strumenti per innovare**.

Vediamo alcuni casi.





IL MIO MECCANICO





UN CASO DI GUERRILLA

Schiacciato dalle grandi concessionarie che offrono servizi percepiti come di “migliore qualità”.

Condannato a fare lavori minori per assenza di attrezzature sofisticate.

Che vantaggio competitivo poteva mai offrire?





UN CASO DI GUERRILLA

Servizio “*porta e riprendi*” in giornata dedicato a chi lavora o abita in centro.

Preso consegna senza appuntamento.

Scelta tra ricambi originali oppure commerciali

Ma come fare ad attrarre i clienti?



UN CASO DI GUERRILLA

10 nuovi clienti ogni
250 volantini

L'ELASTICO



Costo di produzione:
€17,50



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



UN CASO DI GUERRILLA

L'ELASTICO

**Nuovo sistema
informatico**

Inserimento dei dati nel
software e invio sms ad ogni
cambio olio, freni,
pneumatici





IL MIO PESCIVENDOLO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



UN CASO DI TELEMARKETING

Un prodotto di altissima qualità ma assolutamente indifferenziato rispetto agli altri banchi pesce del mercato.

Demotivato da un lavoro che ha preso una routine sempre uguale tutti i giorni.

Che vantaggio competitivo poteva mai offrire?



UN CASO DI TELEMARKETING

L'SMS



**15 ordinazioni
Ogni 200 sms**



**Costo :
€14,00 per 200 sms**



UN CASO DI TELEMARKETING

Nuovo sistema
informatico

L'SMS

Consegne a domicilio



Inserimento delle
preferenze nel software e
invio sms all'arrivo del
pesce richiesto dal cliente:
“Oggi ho trovato il tuo
palamide, te lo porto a casa”



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



IL MIO NEGOZIO APPLE





UN CASO DI COME “CREARE IL SUCCESSO DAL SUCCESSO”

Un'attività già di forte successo grazie soprattutto alla distribuzione di prodotti Apple.

Un negozio con la fila fuori, in particolare durante i momenti di lancio dei prodotti Apple.

Cos'altro poteva mai fare per crescere ancora?



UN CASO DI COME “CREARE IL SUCCESSO DAL SUCCESSO”

Spinge ulteriormente le vendite di quello che funziona!

Si inventa dei prodotti collaterali che possono essere trascinati dai prodotti faro e se li fa produrre.





UN CASO DI COME “CREARE IL SUCCESSO DAL SUCCESSO”

Crea un marchio su questi prodotti e adesso va in TV!

Spot TV 30”

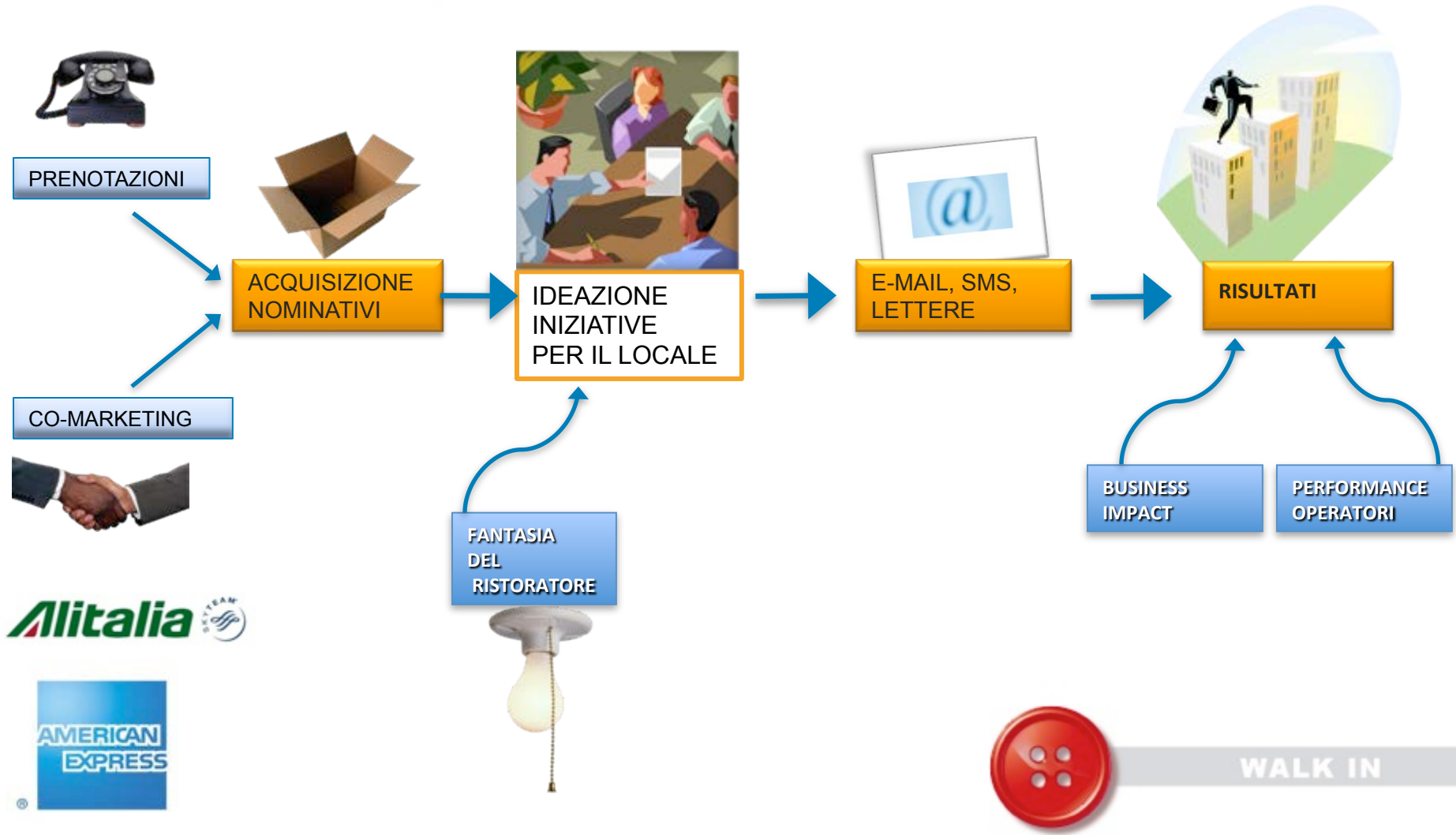




IL MIO RISTORANTE



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



PRENOTAZIONI

CO-MARKETING

ACQUISIZIONE
NOMINATIVI



IDEAZIONE
INIZIATIVE
PER IL LOCALE

FANTASIA
DEL
RISTORATORE

E-MAIL, SMS,
LETTERE



RISULTATI

BUSINESS
IMPACT

PERFORMANCE
OPERATORI



WALK IN

Quando si manda l'e-mail il software va a pescare il nome della persona dal database

Si possono inserire links a pagine web



Welcome nel Duke's Best Client Village



#NOME#, ti ricordiamo che la tua chiave Best Client per accedere ai privilegi del Duke's è: #CODICE#

Come primo benvenuto nel Duke's Best Clients Village vorremmo offrirti un drink dalla nostra lista di cocktails a te e a tutti i tuoi ospiti durante la tua prossima cena al Duke's.

È sufficiente che prenoti una cena a nome tuo in modo tale che la hostess possa identificarti come Duke's Best Client. Per necessità informatiche, ahimè!, dobbiamo mettere una **scadenza a questa offerta che sarà il 28 Febbraio 2010**. Se già sai che non potrai venire da noi entro quella data puoi comunicarcelo rispondendo a questa e-mail e ti proterremo l'offerta fino alla data che vorrai.



◀ Per sapere come funziona il Duke's Best Clients Village

Per sapere quali sono i privilegi permanenti a te dedicati ▶ 

Se vuoi prenotare on-line una cena al Duke's ▶

Vuoi prepagare la tua cena o fare un regalo? ▶

Vuoi fare una festa privata al Duke's? ▶

Duke's - California Bar & Restaurant
Viale Parioli 200 - 00197 - Roma tel 06.80.66.24.55 fax 06.97.61.35.63

E' possibile dare un codice identificativo ad ogni cliente che viene ripescato automaticamente dal software



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

IL REPURCHASE RATE

CON LA FUNZIONE “INDICI DI PERFORMANCE” SI MISURA IL REPURCHASE RATE DEI CAMERIERI E LI SI PUO’ INCENTIVARE DI CONSEGUENZA...

	LUG	AGO	SETT	3°TRIM
OBIETTIVO	16,50	18,10	20,74	18,26
TOTALE	17,87	21,79	19,10	19,01
Operatore 1	11,76	17,86	18,03	15,91
Operatore 2	20,00	25,00	21,32	21,48
Operatore 3	21,19	0,00	0,00	21,19
Operatore 4	19,57	25,24	19,00	20,45
Operatore 5	18,92	20,59	16,96	18,59

CASI UNICI?

- Questi esempi sono casi unici o sono casi duplicabili?

Non c'è ombra di dubbio che tutti questi sono casi duplicabili.

E si può fare molto di più...



LE LIBRERIE



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

**Dal +30% al + 400%
In rotazioni!**

Vuoi aumentare le rotazioni
di un articolo?

Lo sapevi che gli articoli
messi in evidenza
nell'esposizione ruotano il
30% in più rispetto alla
media?

Devi smaltire una fine
magazzino prima della
nuova collezione?

PENDOLO

Un modo alternativo per
segnalare la presenza
dei volumi Treccani nel
punto vendita.
Da qualsiasi punto di
vista si guardi, la cultura
indica la strada giusta!



ESPOSITORE

Scegli l'espositore
Treccani per dare più
risalto ai prodotti e
arricchire il tuo punto
vendita!
La cultura non ti farà
passare inosservato!



POP UP

Scegli l'assoluta **novità** del libro pop up di Treccani!
Un mezzo interattivo e sintetico
per far scoprire ai tuoi clienti la storia e la qualità che fanno di
Treccani un grande nome.
Posizionalo sul bancone, in vetrina o alle casse:
la versatilità di questo libro sarà il tuo valore aggiunto.



SHELF TALKER

Migliora la
visibilità
dei volumi riposti
sugli scaffali.



**Costi di produzione
Bassi!**



CONFIMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



I MOBILIFICI



Materiali espositivi gratis

Vuoi trovare un modo di chiedere soldi alle grandi aziende produttrici? Lo sai che sei un media?

Vuoi fare un'animazione del tuo punto vendita senza spendere un euro?





I NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO



Hai mai pensato a fare una tua linea di prodotti?

Sai quanto puoi guadagnare?

Con che spinta e motivazione presenteresti questi prodotti?

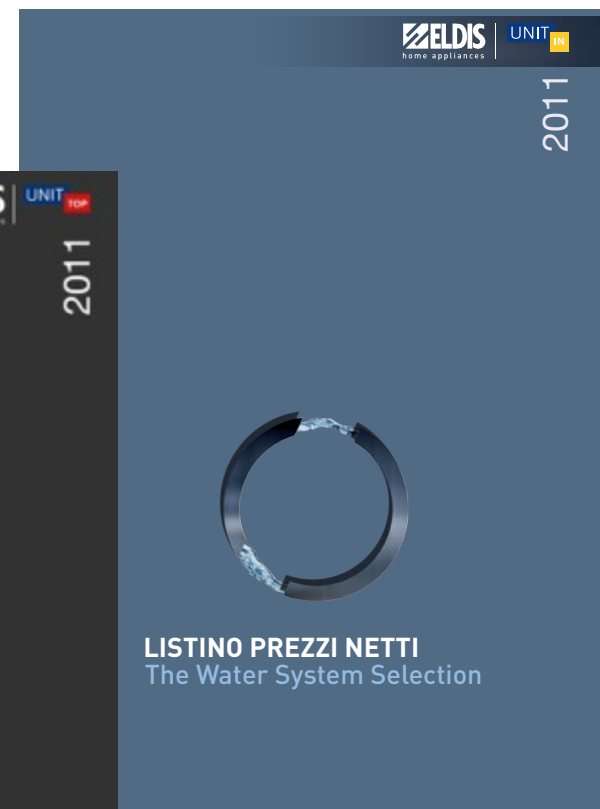
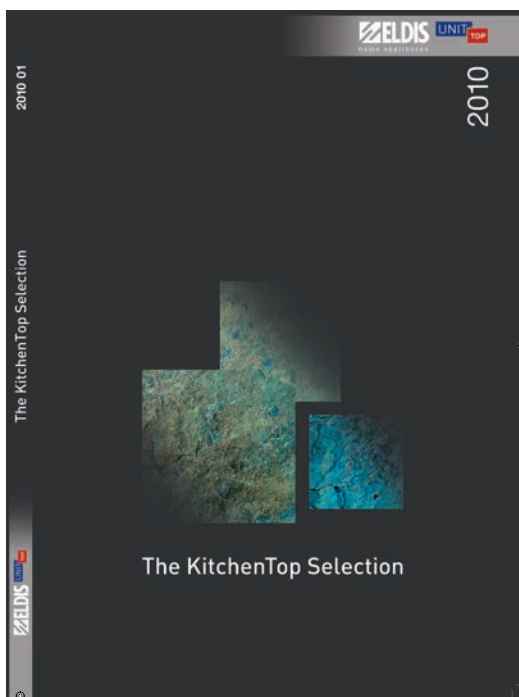


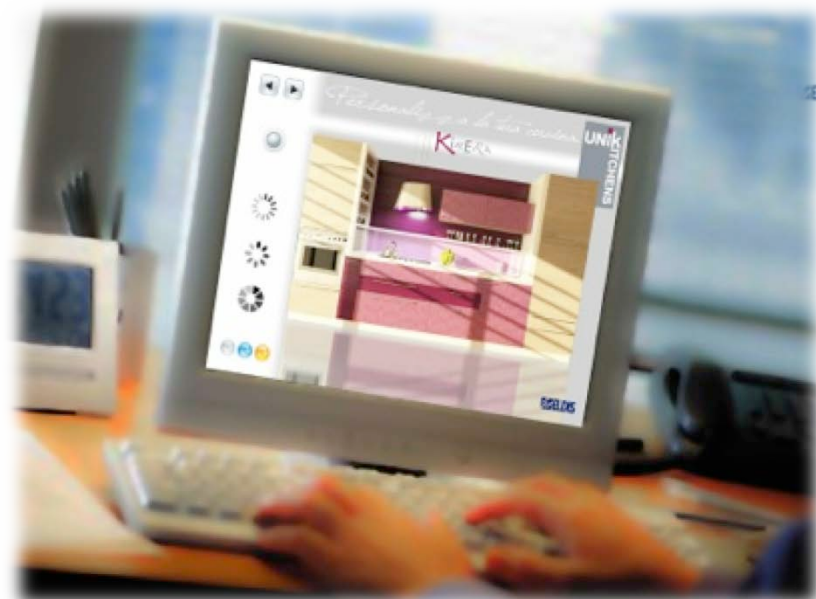
CONFCOMMERIO
IMPRESE PER L'ITALIA



I GROSSISTI









**E' POSSIBILE FARE TUTTO
QUESTO PER UN PICCOLO
OPERATORE?**



SI, SI PUO'

Dicevamo all'inizio che ci vuole cultura e ci vogliono strumenti...

La cultura del marketing dell'innovazione sta nascendo ora grazie agli Innovation Points

