

## Digital Transformation e Omnicanalità

### *Azienda utente Gallerie Commerciali Italia*

#### ***Descrizione della problematica o del bisogno nell'azienda utente.***

---

Gallerie Commerciali Italia (società del Gruppo Auchan che si occupa della gestione dei centri commerciali di proprietà o in affidamento - 43 centri commerciali e 6 retail park in Italia, per 2.300 negozi con 180 milioni visitatori/anno), con il progetto di trasformazione digitale vuole indirizzare la necessità di incrementare il numero di visitatori delle gallerie ed il loro tempo di permanenza, oltre che la necessità di rendere le Gallerie più innovative, per stabilire nuove relazioni verso i retailer e guidarli nel perseguire obiettivi comuni di business. Questa strategia avrà come naturale conseguenza l'aumento dell'appeal degli spazi nelle Gallerie nei quali ospitare i retailer (core business del cliente).

#### ***Descrizione della soluzione tecnologica (tecnologie usate, architettura, ecc.)***

---

Il progetto BT armonizza diversi servizi abilitanti: di comunicazione, di connettività wired/wireless (Wi-Fi pubblico), piattaforme IT e sicurezza, design e realizzazione del nuovo CRM. A questi si aggiungono soluzioni innovative di customer experience omnichannel (digital signage, in-store radio, diffusione essenze, mobile app dedicate, campaign management) e soluzioni per acquisire le informazioni di intelligence sui flussi delle persone e sui loro comportamenti (big data collection and analytics).

In particolare i servizi *customer-facing* comprendono:

- **Nuova mobile APP** (IOS, Android): ricca di servizi, permette di arricchire la conoscenza di ogni singolo utente finale. Ciò renderà possibile raccogliere informazioni rilevanti come il numero di cellulare, gallerie visitate e utilizzo dei vari servizi on site (wi-fi, totem, jukebox, wishlist) e offrire nuovi servizi interattivi presso la Galleria sfruttando un nuovo canale di comunicazione costless, molto potente e 1-2-1. Un forte acceleratore all'adozione della mobile app sarà il servizio di fast authentication al free wi-fi in app.
- **Servizi in-store - free wi-fi**: rete di access point con feature di presence, locationing e beaconing per comunicazioni broadcast o 1-2-1 con notifiche via APP; servizio di autenticazione (via captive portal o mobile APP) e reportistica. Connettività internet performante grazie al monitoraggio dell'usage.
- **Servizi in-store -digital signage**: erogato dalla 'BT Content Management Platform', prevede l'integrazione tra i sistemi di Streaming e Conferencing di BT con piattaforme commerciali leader di mercato; consente di realizzare palinsesti diversi per ogni galleria. Fanno parte della piattaforma i totem multisensoriali per l'ingaggio audio, video, olfattivo e mobile dei clienti finali; inoltre grazie al beacon BTLE e alle

funzionalità touch dei monitor, l'interattività dei visitatori è ulteriormente incrementata. La piattaforma permette la distribuzione dei contenuti in ambito privato (es sedi o negozi), o pubblico (web site, social, mobile APP).

- **Servizi in-store - radio:** permettono di gestire il palinsesto musicale ed i messaggi promozionali di tutte le Gallerie, sincronizzando eventualmente la parte video sui totem e di interagire con i clienti presenti in galleria grazie alla funzione juke box.
- **Servizi in-store - diffusori di essenze alle entrate:** permettono di creare il "logo olfattivo" delle gallerie, determinando riconoscibilità e miglioramento della percezione degli utenti.
- **CRM:** il nuovo sistema permette di organizzare tutte le informazioni acquisite dalle diverse fonti come DB clienti, wi-fi, mobile APP, risposte alle campagne di marketing oltre che canale inbound (con nuovo piano di numerazione).
- **Piattaforma di Campaign Management:** integrata con il sistema CRM gestisce campagne SMS, vocali, mail o notifiche via APP.

Elemento fondamentale della soluzione è il sistema di **Store Analytics**, composto da un'applicazione centralizzata e un insieme di sensori presso le gallerie che permettono di contare gli accessi, profilare la clientela (per genere, età, frequenza di visita, ...), di verificare l'attrattività dei totem, di monitorare assembramenti e tempi di permanenza, di confrontare le performance delle diverse gallerie e misurare l'attrattività della principale "àncora", il supermercato.

#### **Descrizione del progetto di implementazione - complessità, tempi, aspetti organizzativi, costi, ecc.**

Il progetto ha visto il coinvolgimento diretto del business (i.e. Marketing) ed ha superato un doppio vaglio, quello primario italiano e quello del gruppo internazionale. Data la complessità e il grado di novità (che comporta assenza di dati di partenza) è prevista la realizzazione di una prima fase pilota in tre centri commerciali (Vimodrone, Nerviano e Rescaldina) rappresentativi dei tre cluster in cui il cliente ne suddivide la totalità, in modo da testare sul campo le specifiche del progetto e effettuare il tuning prima del roll-out su tutti i centri commerciali.

#### **Descrizione dei principali benefici raggiunti dall'azienda utente**

I nuovi servizi B-to-B, realizzati anche mettendo a disposizione la puntuale analisi dei dati raccolti, permettono di accrescere l'appeal degli spazi dei centri commerciali.

Big Data Analytics e Business Intelligence, uniti alla disponibilità e al controllo di un insieme di touchpoint differenti (schermi, smartphone, in store radio, beacon, ...) consentono di attivare programmi di marketing 1-2-1 che massimizzano la customer experience.

La raccolta e l'analisi dei dati consente anche di misurare l'efficacia del merchandising mix adottato, valutando le "ancore" forti di ogni Galleria, in termini sia di servizi sia di negozi.

***Descrizione degli elementi distintivi e di reale  
innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento  
a soluzioni «concorrenti»***

---

L'unicità del progetto risiede nella sua completezza (intera gamma di servizi customer facing e servizi infrastrutturali) e nella capacità di integrare un insieme di servizi puntuali all'interno di una soluzione unica, con una governance più semplice e diretta.

E' proprio grazie a questa visione completa che è possibile offrire sia ai visitatori sia ai retailer più servizi e maggiore intelligence e coordinamento, per consentire al business di sfruttare davvero le informazioni raccolte ed alimentare un processo di miglioramento continuo.

***Link video***

---

<https://youtu.be/65Ku6UmZNUs>