

Customer experience, serve un approccio contestuale

MILANO, 28 maggio 2020 – Abituati ora ad anticipare, ora a inseguire le aspettative del consumatore, i settori del retail e della produzione di beni di largo consumo si ritrovano, oggi più che mai, in prima linea in una società sotto pressione. Nonostante l'eccezionalità del momento, è tuttavia possibile trovare continuità nel valore dell'innovazione digitale. Anzi, la trasformazione digitale sarà essenziale per realizzare e attivare nuovi servizi e processi nei punti vendita e nelle catene di fornitura, per consentire ai fornitori di competere nella nuova normalità e ai consumatori di convivere nel nuovo scenario.

Secondo IDC, l'emergenza sanitaria ed economica spingerà l'industria retail a intensificare gli sforzi in quattro direzioni soprattutto:

1. Esperienza del cliente (CX), che dovrà diventare sempre più contestuale e personalizzata, anche attraverso empatia e intelligenza emotiva.
2. Catena di approvvigionamento intelligente e multisource, sfruttando tecnologie come IoT e blockchain per un'orchestrazione tracciabile, affidabile e sostenibile.
3. Trasformazione digitale, grazie alla tecnologia che già consente il controllo del distanziamento sociale (processi automatizzati, contactless e self-service), la previsione della domanda (AI e machine learning) e la digitalizzazione di processi e servizi.
4. Esperienza dei dipendenti (EX), implementando sistemi di gestione del capitale umano e di gestione della forza lavoro guidati da una strategia orientata al digitale per abilitare una forza lavoro agile, aumentata, senza confini e riconfigurabile.

Il consumatore di questi giorni è diverso da quello di inizio anno e sarà diverso da quello di fine 2020. Per capire come

conquistarlo, SAP Italia in collaborazione con IDC, e con il contributo di HRC Community e Intel, presenta il secondo dei quattro eventi digitali dell'iniziativa Digital Leaders On Air, dedicata alla business community italiana e ai leader delle imprese che si occupano dei processi di digitalizzazione e di innovazione in azienda. Intitolato "Prova a prendermi - L'arte di conquistare il consumatore", l'evento si svolgerà in diretta streaming il prossimo 11 giugno dalle 15.00 alle 16.30. Con il contributo di importanti aziende del settore retail e dell'industria del largo consumo, di esperti, analisti e ospiti, tra cui Carlo Cottarelli, Direttore Osservatorio sui Conti Pubblici Italiani, Università Cattolica del Sacro Cuore, Fabio Rizzotto, Associate Vice President, Head of Research and Consulting, IDC Italia, e Ornella Urso, Senior Research Analyst, IDC Retail Insights, si parlerà di customer experience inclusiva e sostenibile, di experiential retail e smart manufacturing e soprattutto di ripartenza e "ritorno" a una nuova normalità.

Nel corso dell'evento, così come in tutti e quattro gli appuntamenti Digital Leaders On Air, sarà presentata la ricerca condotta da IDC su un campione di 400 manager italiani: "Digital Leaders e Digital Society Survey". Questo studio esclusivo analizza l'evoluzione delle aziende alla luce delle trasformazioni

economiche e della società digitale. Di fronte a tecnologie sempre più avanzate e processi intelligenti che trasformano stili di vita, esperienze e rapporti di lavoro, la survey mette al centro gli impatti dell'innovazione sulle persone, sulle dinamiche interne alle organizzazioni, sui rapporti nei nuovi ecosistemi di relazione, sui metodi e gli strumenti per la gestione delle risorse aziendali.

“La gestione della customer experience con un approccio contestuale costituisce un fattore cruciale di differenziazione nei settori retail e CPG, oggi più che mai, per rispondere ai cambiamenti strategici e operativi che l'impatto del COVID-19 comporterà in questi settori, in Italia”, commenta Ornella Urso di IDC. “Ad oggi, il 70% delle aziende retail italiane ritiene che la personalizzazione dell'esperienza sia importante. Nonostante ciò, solo il 42% di esse l'ha già implementata come elemento chiave per lo sviluppo di nuovi modelli di business”.

“In questo scenario complesso, le aziende hanno compreso che la tecnologia è uno strumento semplice per affrontare e risolvere situazioni di emergenza, garantire la continuità del business, e in molti casi esplorare nuovi percorsi”, afferma Bertha Bazzoffia, Sales Director di SAP Italia, con responsabilità anche sul mercato Consumer. “La crisi

da COVID-19 ha sottolineato l'importanza crescente per le imprese di instaurare relazioni digitali e personalizzate con clienti e partner basate su fiducia e trasparenza. Come SAP siamo impegnati ad aiutare le aziende retail e produttrici di beni di consumo ad offrire esperienze d'acquisto semplici, rilevanti e uniche, dove l'e-commerce è fluido, i dati sono informazioni intelligenti, la tecnologia è invisibile e privacy, sicurezza e fiducia sono elementi certi”.

Per maggiori informazioni sull'evento: [Prova a prendermi](#)

Hashtag dell'evento:
#DigitalLeadersOnAir

Primo appuntamento

“Le persone sopra tutto - Human experience e società digitale: le persone nelle strategie aziendali”, 28 maggio. Come cambiano ruoli e responsabilità dei manager e delle aziende in questo nuovo decennio? Riflessioni sulla persona come espressione di diversi ruoli e responsabilità, anche come consumatore e cittadino.

Appuntamenti successivi

“Volare con i piedi per terra - Intelligent Spend Management”, 8 luglio. I principi dell'Intelligent Spend Management sono la sostenibilità e la visibilità sulla

spesa. Entrambi portano a benefici che vanno oltre al risparmio, dando la possibilità alle aziende di reinvestire risorse in nuove aree.

“Ecosistemi Intelligenti, verso la società dell'esperienza”, 18 settembre. Come le regole socio-economiche trasformano il funzionamento dei processi e le logiche con cui le imprese disegnano relazioni, costruiscono ecosistemi grazie ad automazione e tecnologie intelligenti.

Per informazioni sull'intera l'iniziativa: [Digital Leaders On Air](#)

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com. All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Marco Tennyson (mtennyson)
mtennyson@idc.com
+39 02 28457.1