

CAMBIA LA RELAZIONE CONSUMATORE-RETAILER GRAZIE ALLA DIFFUSIONE DEGLI SMARTPHONE

L'extended packaging introduce la prima mobile application nel pdv

Francesco Oldani

La costruzione di una relazione profonda tra consumatore e retailer (o produttore), è da sempre uno degli obiettivi principali in quanto consente uno sviluppo dei mercati più agevole. Raggiunta la maturità delle modalità legate alle fidelity card, la prossima frontiera è quella del dialogo digitale che trova nelle applicazioni mobili il punto di realizzazione. Un dialogo interattivo che oggi può concretamente realizzarsi grazie alla

1. *Il consumatore potrà interrogare i prodotti e avere più informazioni*
2. *Dal mobile couponing alla store location le future applicazioni*
3. *Concrete opportunità sfruttando le risorse di Gs1 attraverso Indicod-Ecr*

grande diffusione presso i consumatori degli smartphone, dispositivi mobili in grado di surclassare in funzionalità i computer di qualche anno fa. Un secondo aspetto altrettanto importante che coinvolge produttori e retailer è la maturazione e affermazione di standard condivisi che consentono di costruire sistemi aperti, universali e interoperabili. E soprattutto con investimenti che utilizzano le risorse esistenti partendo

dal codice a barre fino al catalogo elettronico.

PACKAGING ESTESO

Una prima applicazione che può rappresentare un punto di svolta nella relazione digitale tra consumatori e retailer/produttori è quella dall'extended packaging. La considerazione di partenza è che sul pack sono riportate solo le informazioni obbligatorie per la normativa vigente più altre che costituiscono la comunicazione che il produttore tenta di veicolare al consumatore. Ma quest'ultimo è oggi molto esigente, informato e capace di costruire un proprio ventaglio di scelte non solo considerando il fattore prezzo, ma anche altri elementi di tipo nutrizionale, di stile di vita, culturale ecc. A tale scopo possono essere utili le informazioni non presenti sul pack fisico ma disponibili in un database già esistente e utilizzato sempre più dai produttori: il catalogo elettronico. Un sistema scalabile caratterizzato da un nucleo comune di dati e da estensioni diverse in funzione delle categorie merceologiche (fashion, elettronica di consumo, ecc). La possibilità di trasmettere sul display dello smartphone di un consumatore un

estratto di queste informazioni relative a un dato prodotto realizza un extended pack.

IL FLUSSO DELLE INFORMAZIONI

Lo sfruttamento del catalogo elettronico rende l'extended packaging un'applicazione molto più vicina di quanto si possa ipotizzare in prima battuta. Vediamo come. Il consumatore dotato di smartphone fotografa il codice a barre e invia il Gtin (Global Trade Item Number) al database Gepir attraverso una con-

nessione internet. Il Gepir (Global Electronic Party Information Register) contiene le informazioni principali di oltre 1 milione di aziende in 100 nazioni ed è in grado di rispondere all'interrogazione restituendo un Url (un indirizzo internet) del produttore o del retailer. Da tale pagina web è possibile ricevere le informazioni che il produttore ritiene utili diffondere prelevandole da alcuni campi del catalogo elettronico.

L'aspetto interessante è che tutte le risorse in gioco rispetto al

Opportunità e criticità delle applicazioni mobili

Applicazione	Funzionalità
EXTENDED PACKAGING	Il consumatore fotografa il codice a barre di un prodotto e riceve via internet tutte le informazioni disponibili non presenti sul pack fisico.
MOBILE COUPONING	Attraverso lo smartphone si raccolgono, gestiscono e redimono sconti e coupon dislocati anche in posti chiave del pdv.
CARTA FEDELTA' ELETTRONICA	Lo smartphone sostituisce la carta di fedeltà offrendo funzionalità attive di interrogazione sui punti accumulati.
ADVERTISING E PROMOZIONI	Messaggi pubblicitari e proposte profilate raggiungono direttamente il consumatore in modo mirato.
PAGAMENTI	Con la tecnologia Nfc lo smartphone può effettuare il pagamento affiancando le carte contactless.
SELF-SCANNING & SELF-CHECKOUT	Applicazione che consente di leggere il bar code dei prodotti al pari dello scanner di cassa con produzione del totale spesa e dello scontrino.
STORE LOCATION	Mappa geografica dei punti di vendita nel territorio e indicazione di quelli che dispongono di un dato prodotto.
IN STORE NAVIGATION	Possibilità di trovare un prodotto nel punto di vendita (corsia, scaffale e posizione) con un'interrogazione via smartphone.
LISTA DELLA SPESA	Composizione della lista della spesa e gestione della stessa in modo interattivo.
MOBILE E-COMMERCE	Commercio elettronico via smartphone.



- Servizio a valore aggiunto per il consumatore
- Investimenti ridotti



- Disponibilità informazioni

flusso dei dati descritto sono già operative e l'unico tassello mancante è il software sullo smartphone che legge e gestisce i dati del prodotto e si interfaccia con il Gepir e l'Url di prodotto.

Per completare il mosaico che consente di realizzare l'extended packaging sul lato smartphone ci sono essenzialmente due strade. La prima è realizzare delle applicazioni web based che risiedono sul lato server e che sfruttano i linguaggi interni del browser. In questo modo si ottiene la massima compatibilità con qualsiasi terminale dotato di un browser evoluto ma la user experience difficilmente sarà di alto livello. Una seconda strada è quella di realizzare delle applicazioni software che integrino il codice e le funzionalità necessarie sul device mobile. Tuttavia se in questo caso si raggiunge la user experience più coinvolgente possibile, occorre tenere con-

to che sul mercato sono presenti diversi sistemi operativi incompatibili tra loro e che richiedono applicazioni software appositamente compilate.

La soluzione al problema individuata da Indicod Ecr è la piattaforma MobC3 che consente di sviluppare applicazioni per smartphone con un'unica definizione della struttura funzionale e logica ma con la compilazione di tante versioni per quanti sistemi operativi per device mobili oggi disponibili.

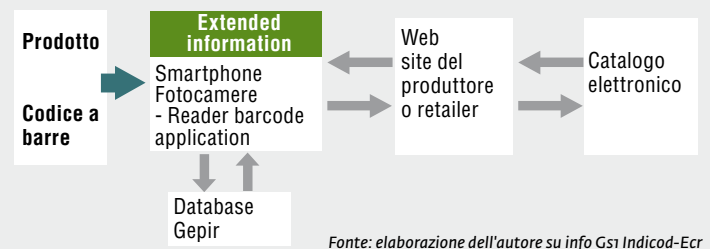
UN'OPPORTUNITÀ PER I RETAILER

Anche se l'extended packaging è un'applicazione principalmente in carico ai produttori di beni di largo consumo, i retailer potrebbero trovare in questo contesto un elemento di vantaggio competitivo. È ragionevole pensare che la disponibilità di packaging estesi non si realizzerà in un da-

Extended packaging: il flusso dei dati

La realizzazione di un'applicazione di extended packaging non richiede investimenti onerosi o la modificazione dei processi in quanto sfrutta risorse già esistenti.

Il consumatore legge il codice a barre sul prodotto attraverso un'applicazione presente nello smartphone. Questa è inviata al database Gepir che identifica il Gtin (Global Trade Item Number) e restituisce allo smartphone del consumatore un indirizzo internet. Da questo l'applicazione riceve le informazioni aggiuntive che sono prelevate da selezionati campi del catalogo elettronico.



to momento ma crescerà nel tempo partendo da scaffali poveri di "pack estesi" fino alla copertura totale. I retailer in grado di offrire il servizio con una speci-

fica interpretazione dell'applicazione potrebbero essere molto attraenti per i consumatori amanti della shopping experience digitale.

nel retailing

CONSUMATORE

Engagement

Elevato. Un semplice click con la fotocamera per avere feedback.

Elevato. Basta un semplice click con la fotocamera del telefono. Si aggiunge la componente "fun".

Significativo. Si introduce la componente interattiva in un contesto di evoluzione.

Da sperimentare. L'efficacia dipende dalla gestione puntuale dei profili.

Elevato. Proietta l'esperienza di acquisto in una dimensione più moderna.

Elevato. Totale gestione e padronanza della shopping experience.

Elevata. Applicazione di realtà aumentata con significative probabilità di riscuotere successo.

Molto elevato. Il navigatore dentro il pdv è utile e divertente.

Medio. Possibilità di engagement superiore con una gestione attiva che tenga conto delle sostituzioni in caso di rottura di stock.

Da sperimentare. L'e-commerce in mobilità è in antitesi con la shopping experience nel punto di vendita.

Impegno

Molto basso. Nessuna credenziale da gestire, nessun rischio sicurezza.

Basso. Nessun rischio sicurezza.

Basso. Nessun rischio sicurezza.

Molto basso. Nessuna credenziale critica da gestire, nessun rischio sicurezza.

Significativo. Almeno a livello psicologico nelle fasi iniziali. Occorre gestire le credenziali e la sicurezza.

Medio-alto. Il concetto di libero servizio al massimo livello. Gestione delle credenziali e pagamento.

Basso. Nessuna credenziale critica da gestire, nessun rischio sicurezza.

Molto basso. Nessuna credenziale critica da gestire, nessun rischio sicurezza.

Medio. Necessità di gestire la lista della spesa, di aggiornarla e spuntarla.

Elevato. Necessità di gestire le credenziali, la sicurezza e il ritiro o ricevimento delle merci.

PRODUTTORE

Retailer Impatto sui processi

Basso. Processi già attivi per altri scopi.

Basso. Estensione di processi già esistenti.

Basso. Estensione di processi già esistenti.

Medio. I dati sono disponibili con le carte di fedeltà. Occorre elaborarli.

Basso. Processi già esistenti da estendere con nuovi punti di accesso.

Medio. Estensione dei processi esistenti a terminali mobili in connessione temporanea.

Medio basso. Visibilità verso l'esterno di dati già disponibili.

Elevato. Occorre sincronizzare la mappa delle referenze a scaffale con le operazioni di refurbishment.

Medio. È una funzionalità che può essere agganciata facilmente alle applicazioni di e-commerce. Queste non sempre sono presenti.

Molto elevato. Occorre costruire una nuova struttura di picking e di logistica interna o modificare l'esistente.

Retailer Investimento

Basso. Infrastruttura e applicazioni in larga misura già presenti.

Medio. Infrastruttura e applicazioni radio.

Medio. Infrastruttura e applicazioni radio.

Medio-alto. Necessarie applicazioni di business intelligence; marketing sul cliente da intensificare.

Medio-Basso. Occorre adeguare i Pos con dispositivi dotati di gateway radio e le applicazioni corrispondenti.

Medio-alto. Copertura radio delle superfici di vendita con fattori legati alla sicurezza da gestire. Adeguamento applicazioni software.

Medio-alto. Occorre aprire verso l'esterno una parte dei sistemi informativi. In sicurezza

Medio. Nuovi software e integrazione da realizzare con le applicazioni di gestione referenze e magazzino.

Basso-medio. Funzionalità passiva implementabile a costo ridotto. Funzionalità attiva con costi ben più elevati.

Elevato. È un investimento tipico della costruzione di un nuovo canale di vendita.