



Come aumentare e le vendite nel negozio o pdv : P&P-Pick & Play: Il negozio ed espositore interattivo



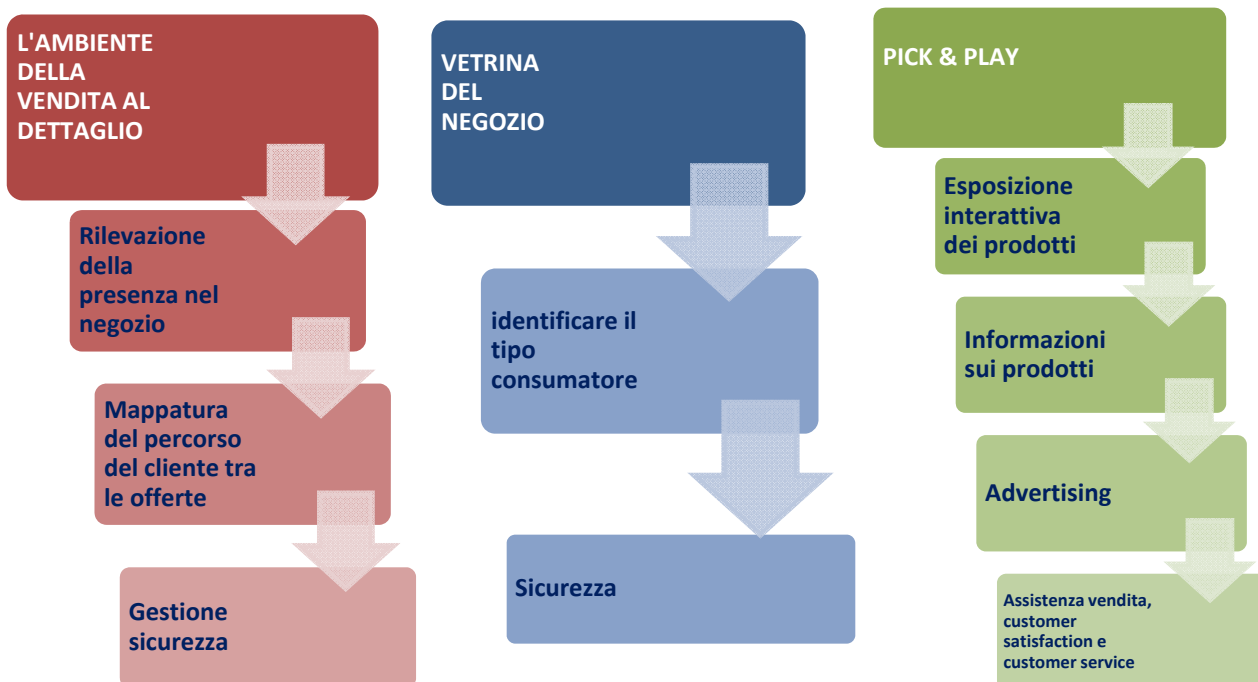
Lo scopo di ogni ambiente di vendita al dettaglio è ***attirare l'attenzione del cliente***

Con **tecnologia e strategia**, il proprietario di un PdV deve **richiamare l'attenzione del cliente su particolari prodotti, offrendo anche l'opportunità di interagire fisicamente con tecnologia, disponendolo ad una esperienza diversa, completa e coinvolgendolo a tutti i livelli.**

L'Obiettivo: aumentare il volume di affari del negozio a fronte di un offerta sempre più complessa e variegata.

Infatti oggi, il consumatore in qualsiasi punto di vendita, viene bombardato da un ondata di offerte dei vari fornitori, con pubblicità grafiche, dispenser e vari espositori di prodotto. Diventa difficile quindi catturare l'attenzione del customer, in ambienti così competitivi

SOLUZIONE : II PdV come AMBIENTE DI VENDITA EVOLUTO





Pick & Play

Emerge quindi sempre di più l'esigenza di nuovi servizi nel negozio, **coinvolgendo direttamente i consumatori**, stimolandoli ad aumentare la loro soddisfazione e, come conseguenza, **a far ripetere i loro acquisti**.

La Pick & Play (P&P) è l'attività pratica dell'idea di combinare l'interattività tra:

Consumatori	prodotti	Informazioni sui prodotti
	Advertising	Pubblicità del prodotto
	Brand	Pubblicità e messaggi Legati al proprio marchio
	Service	Assistenza, pareri, suggerimenti

Come conseguenza diretta, il **P&P raccoglie anche i dati e le analisi statistiche** sul tipo e comportamento del consumatore nonché sul numero di interazioni di prodotto.

Due sono i punti fondamentali che vengono messi in evidenza:

a- dati ed info per un mktg intelligente

Efficacia della localizzazione dell'esposizione: il sistema identifica i consumatori che girano nel negozio, per scoprire dove stanno transitando e di fronte a quale espositore si sono fermati. Si controlla il traffico, in numerica contando le persone, e si analizza quali esposizioni e prodotti attirano di più e possono essere generatori di vendite.

L'analisi di prodotto: per scoprire se l'utente sta interagendo con un specifico prodotto, in modo di capire quali informazioni si possano offrire sullo stesso e determinare l'interazione, cambiando l'idea classica di esposizione di prodotto con la nuova politica strategica meglio descritta nella prossima sezione, di P&P.

- **Misurare il servizio al cliente:** capire cosa migliorare per il cliente in base a ciò che ci dice, quali sono i suoi requisiti, soprattutto quali sono le sue aspettative...

b- gestione dell'offerta a livello di service e motivazione all'acquisto

Il Commesso Virtuale: dare e fornire un percorso mirato al consumatore attraverso massima informazione, scelte e preferenze

Motivazione all'acquisto: dare info sul prodotto, anche a richiesta del customer, fornire experience diretta (advertising sul prodotto e brand), elencare vantaggi, caratteristiche, essenza,...



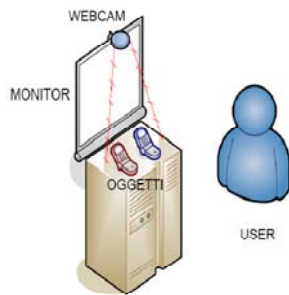
COME LAVORA UN SISTEMA DI P&P?

Attraverso **macchine fotografiche WEB CAM omnidirezionali** che seguono simultaneamente oggetti multipli:



Case History di Grottnini Stand a Düsseldorf 2008: ambiente di vendita al dettaglio; l'area è di 200 mq ed è esaminata da 3 macchine fotografiche. **La seconda figura**, nell'area scura mostra dove le persone passano più spesso

Attraverso un sistema di macchine e sistemi di interattività davanti al cliente



DOVE, PER CHI E QUALE FUTURO PER QUESTE APPLICAZIONI?

Dove? :

dalle fiere, alle manifestazioni, dal negozio (vero e proprio) ai corner nei pdv (spazi dedicati),.

Chi può usare questa nuova tecnologia? :

tutti coloro che, volti alla soddisfazione ed al servizio del cliente, vogliono essere al passo con i tempi, attraverso nuovi ed intelligenti sistemi bidirezionali, (offerta e statistiche) per ottenere i massimi risultati nelle vendite.

Il futuro?:

- ☐ Rendere questi sistemi **stabili e ripetuti** anche nell'utilizzo di idee inserite **all'esterno** dei pdv.
- ☐ Aprire all'immagine di **finestre virtuali** del negozio
- ☐ Aprire al concetto di **commesso robot, mobile** che ci indica la "strada" fornendo informazioni sui prodotti, sulla loro ubicazione nel relativo layout, ...



- ☞ **Avere una visione, sulla distribuzione dei negozi virtuali nei pdv, attraverso una configurazione collegata in rete.**

Seguite le evoluzioni della tecnologia e pensate se potrà fare al caso vostro..

**[Ing. Emanuele Frontoni – Docente Universitario –
Ricercatore – Consulente](#)**