

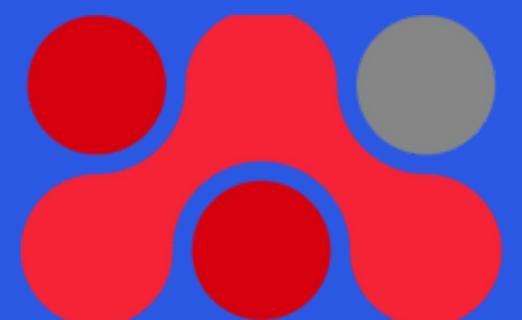
Evoluzione digitale nel retail

Benito Del Peschio

Riccardo Rocchi

Federica Volpi

Chiara Antognazzi



Grottinilab

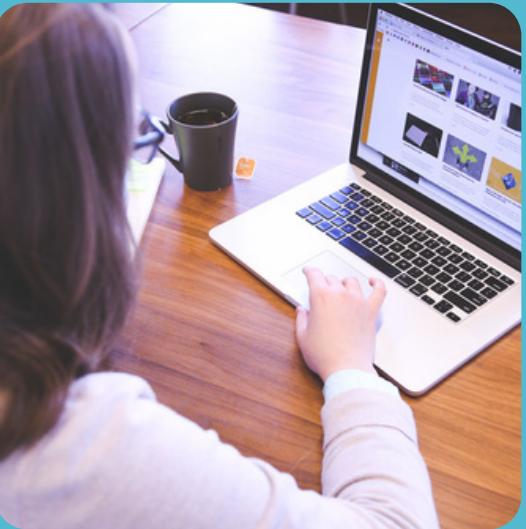
Data Analytics nel retail

L'evoluzione di nuove tecnologie e la nascita di nuovi sistemi di gestione dei dati hanno portato il mondo del retail ad avvicinarsi a nuove opportunità e soluzioni nella gestione e nel monitoraggio del proprio business.

La possibilità di monitorare la situazione interattivamente, permette alle varie aziende di avere un quadro generale in qualsiasi livello di tempo e tutto ciò al fine di prendere decisioni strategiche dagli insights dedotti.



Cosa dicono online:



68%



dei CIO afferma che:

sono in possesso di una raccolta dati ma che non ne viene massimizzato il pieno valore

47%



dei CIO ha investito:

in analisi cross-channel per ricavare intuizioni multicanale e migliorare la capacità dell'azienda nel raggiungere efficacemente i consumatori

25%



dei Retailers ha in mente di:

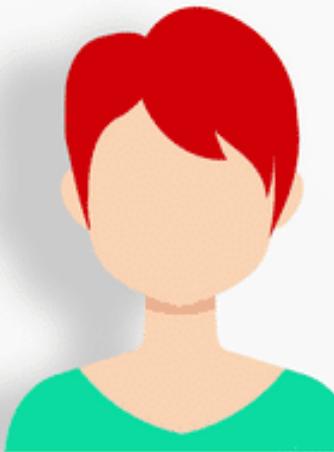
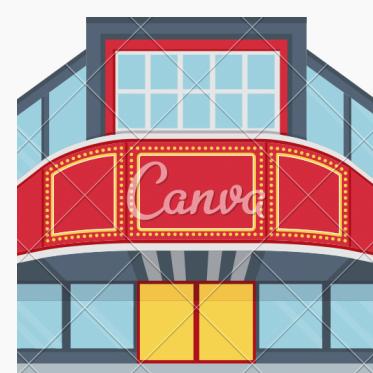
investire in analisi di big data per supportare il servizio al cliente

Buyer persona

Chi vogliamo raggiungere?



IL RETAILER



PICCOLO

- Cerca strumenti di supporto alle proprie decisioni
- Vuole tenere sotto controllo i trend del proprio store
- È in cerca di una soluzione che bilanci economicità e digitalizzazione

MEDIO-GRANDE

- Cerca strumenti di supporto alle decisioni
- Ha il bisogno di gestire e analizzare grandi quantità di dati
- È aperto ad utilizzare un approccio di gestione più automatizzato
- Vuole capire il comportamento dei consumatori all'interno dei reparti
- Vuole analizzare i prodotti più acquistati/toccati/rimessi negli scaffali

Problemi

Quali sono le sfide della nostra buyer persona?

EVOLUZIONE DEL RETAIL

Oggi il processo di acquisto non si limita solamente al *pay&go*, ma deve essere una vera e propria esperienza di acquisto.

CONOSCENZA DEL CONSUMATORE

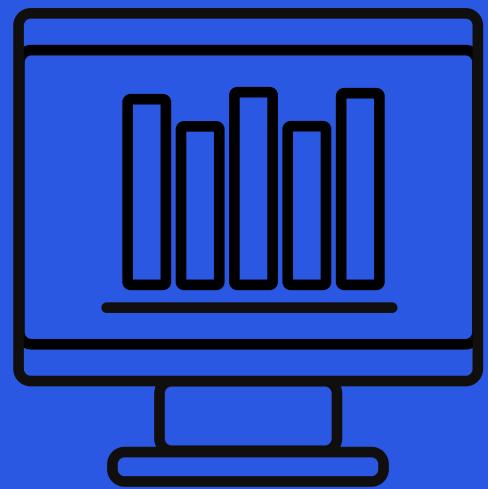
La conoscenza dei comportamenti e delle caratteristiche dei consumatori permette di fornire un'esperienza di acquisto ad hoc, finalizzata alla fidelizzazione.

GRANDI QUANITÀ DATI

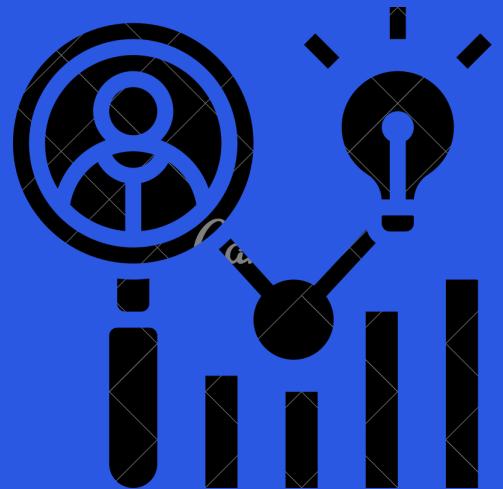
La grande quantità di dati, provenienti da molteplici fonti, rende essenziale saper trasformare queste risorse in conoscenza

Value proposition

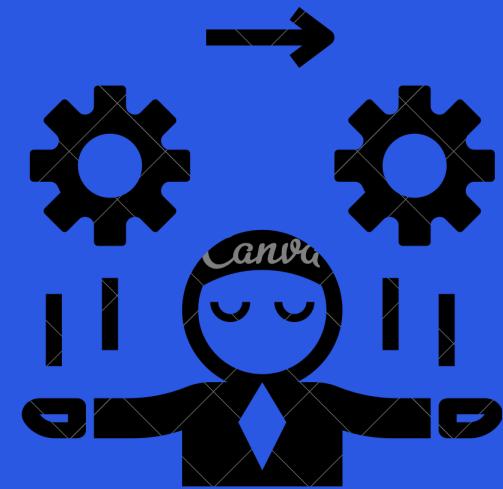
"Be More Productive at Work with Less Effort"



Raccogliere ed integrare dati da molteplici fonti in modo tale da trasformarli in informazioni utili



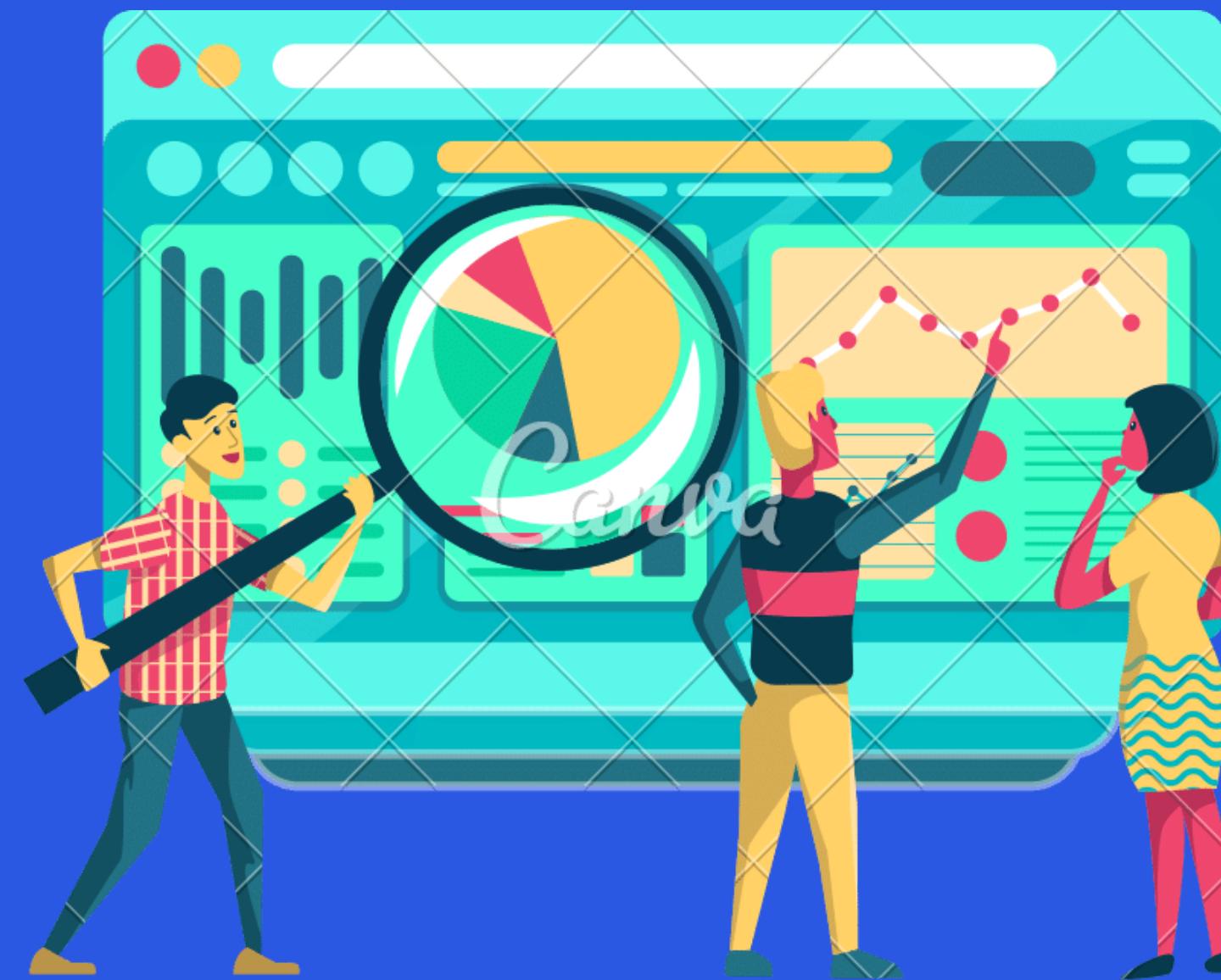
Estrarre insights al fine di avere una deep knowledge del business del cliente



Consentire al cliente di agire in maniera smart seguendo una logica data driven

La nostra offerta:

Smart BI Dashboard



- Interattività
- User-friendly interface
- A portata di mano
- Adattabile alle esigenze del cliente
- Visualizzazione globale o locale
- Monitoraggio tramite indicatori

COSA OFFRIAMO:



Sistemi di monitoraggio e visualizzazione interattiva

Attraverso delle dashboard completamente personalizzabili offriamo la possibilità di monitorare diversi indicatori e vari andamenti, mediante un'interfaccia accattivante, semplice e facilmente comprensibile.



Integrazione dati e manutenzione del prodotto

Offriamo la possibilità di integrare i dati per analisi e scenari costantemente aggiornati.



Analisi dati e applicazione modelli di previsione

Attraverso gli strumenti di reportistica forniti è possibile fare analisi e previsioni, per consapevoli decisioni di business.



Obiettivo

L'obiettivo è dimostrare che un'analisi consapevole e approfondita dei dati consente al retailer di estrapolare informazioni utili al processo decisionale.

Proprio da tale analisi si cerca di migliorare l'esperienza di acquisto, con l'aiuto di strumenti che permettano l'integrazione tra online e offline.



RETAILER
SODDISFATTI

CENTRALITÀ
DEL CLIENTE

Product Mockups

The image displays four different views of a mobile application interface, likely a dashboard for a pet store or similar retail environment, titled "DASHBOARD PRO".

- Tablet View:** Shows a top navigation bar with the Grottinilab logo and the title "DASHBOARD PRO". Below are four summary cards: "PRODOTTI VENDUTI" (3441), "PRODOTTI LASCIATI" (1540), "ACCESSI AL REPARTO" (207,69), and "ACCESSI AL NEGOZIO" (29K). Further down are two charts: a bar chart for "CONTEGGIO INTERAZIONI" showing interaction counts for three categories (1, 2, 0) and a pie chart for "VENDITE PER CATEGORIA" showing percentages for GATTI (48.88%), CANI (40.80%), MISC (7.99%), and RODITORI (1.66%).
- Smartphone View:** Shows a grid of product thumbnails for various brands like Frisk, Monge, Pedigree, Whiskas, and Royal Canin across different categories (MONTE, ALMO, WHISKAS, ULTRALIGHT, SPEEDY, ROYAL, PEDIGREE, RODIT). Below is a section titled "TASSO DI ACCESSO AL REPARTO" comparing three scenarios (A, B, C) with values 0.40, 0.46, and 0.42 respectively.
- Smartphone View (Right):** A second smartphone showing a simplified dashboard with summary statistics: "PRODOTTI VENDUTI" (3441), "PRODOTTI LASCIATI" (1540), "ACCESSI AL REPARTO" (207,69), and "ACCESSI AL NEGOZIO" (29K).
- Smartwatch View:** Shows a circular progress bar for "CONTEGGIO DELLE INTERAZIONI PER SCENARIO" with values 50K, 3.44K, 1.18K, and 0K. It also displays "INDICE PER CATEGORIA" with percentages for GATTI (48.88%), CANI (40.80%), and MISC (7.99%).

Desktop

Fornisce un ambiente di presentazione adatto per analisi ad hoc



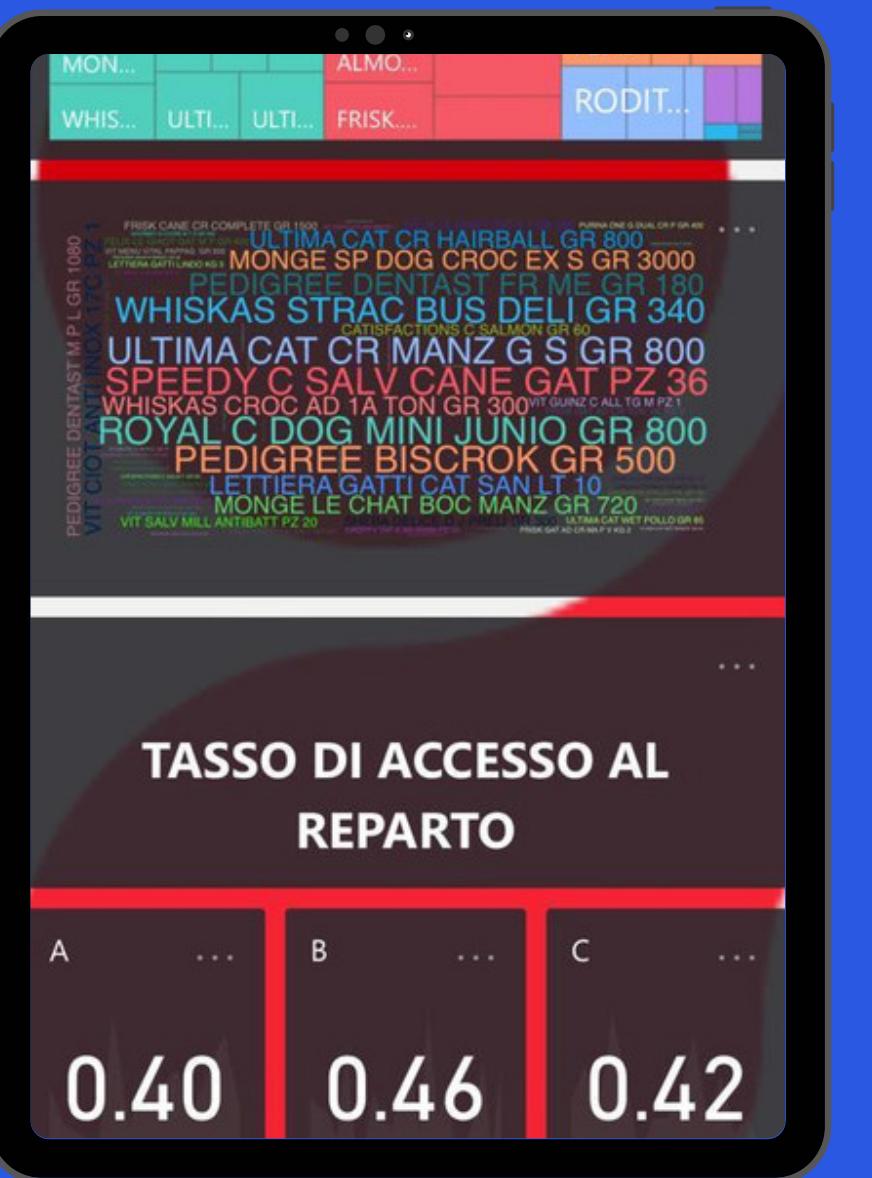
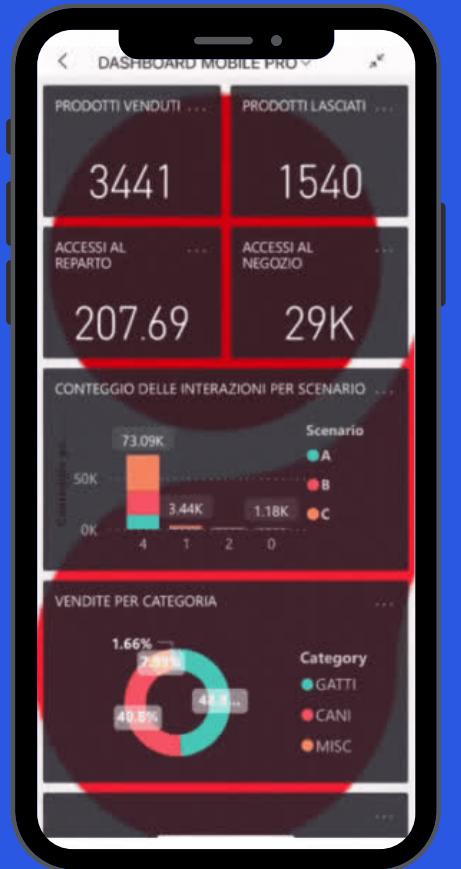
01 Visualizzazione completa e maggiore interattività

02 Facilità di utilizzo

03 Possibilità di filtraggio avanzato

Smartphone & Tablet

Fornisce un ambiente di presentazione adatto a device mobili (smartphone e tablet)



- 01** User-friendly, con possibilità di visualizzazione in portrait mode e landscape mode
- 02** Compatibilità con iOS e Android
- 03** Visualizzazione compatta e globale, con una panoramica ad alto livello

Smartwatch

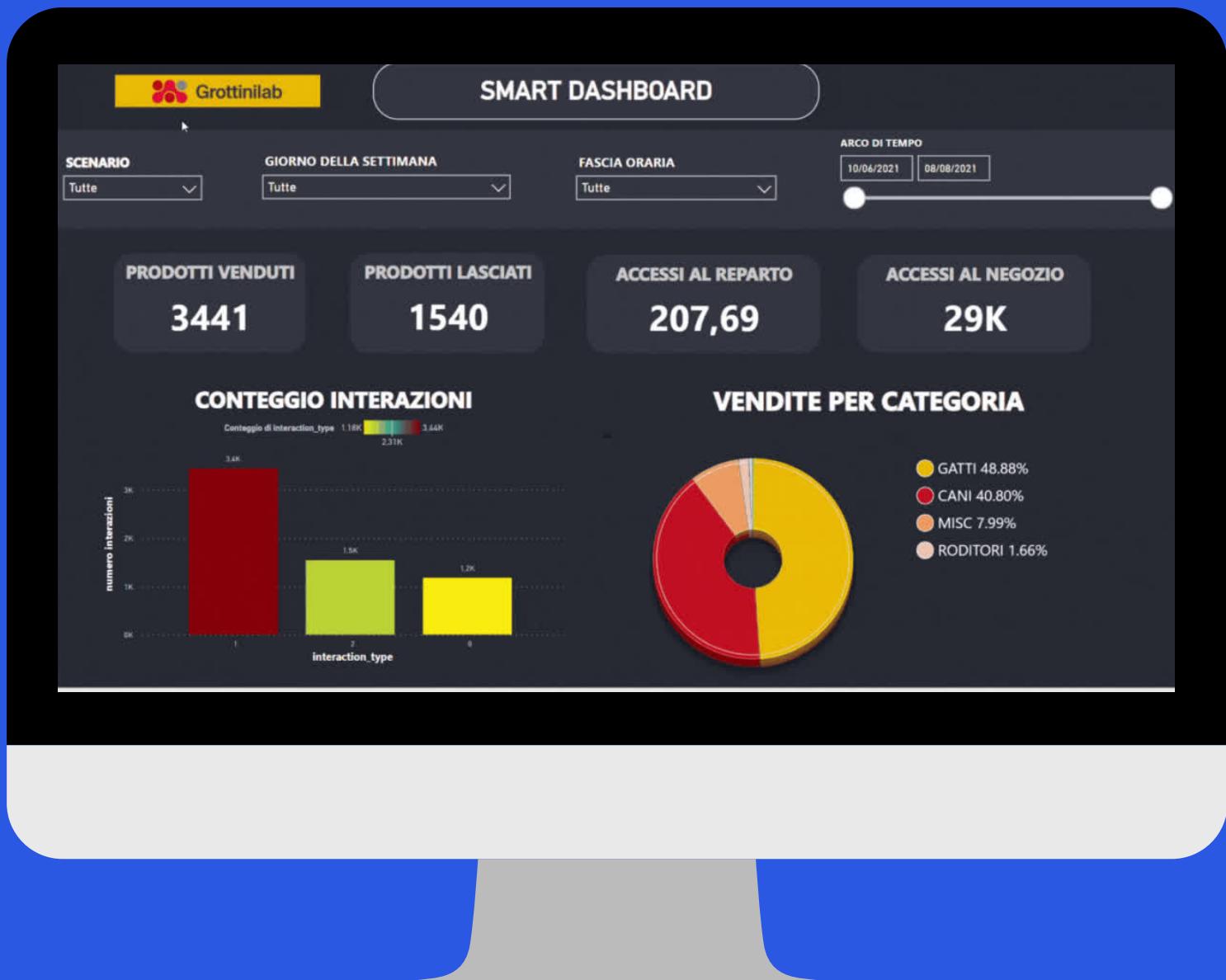
I KPIs più importanti sempre a portata di polso



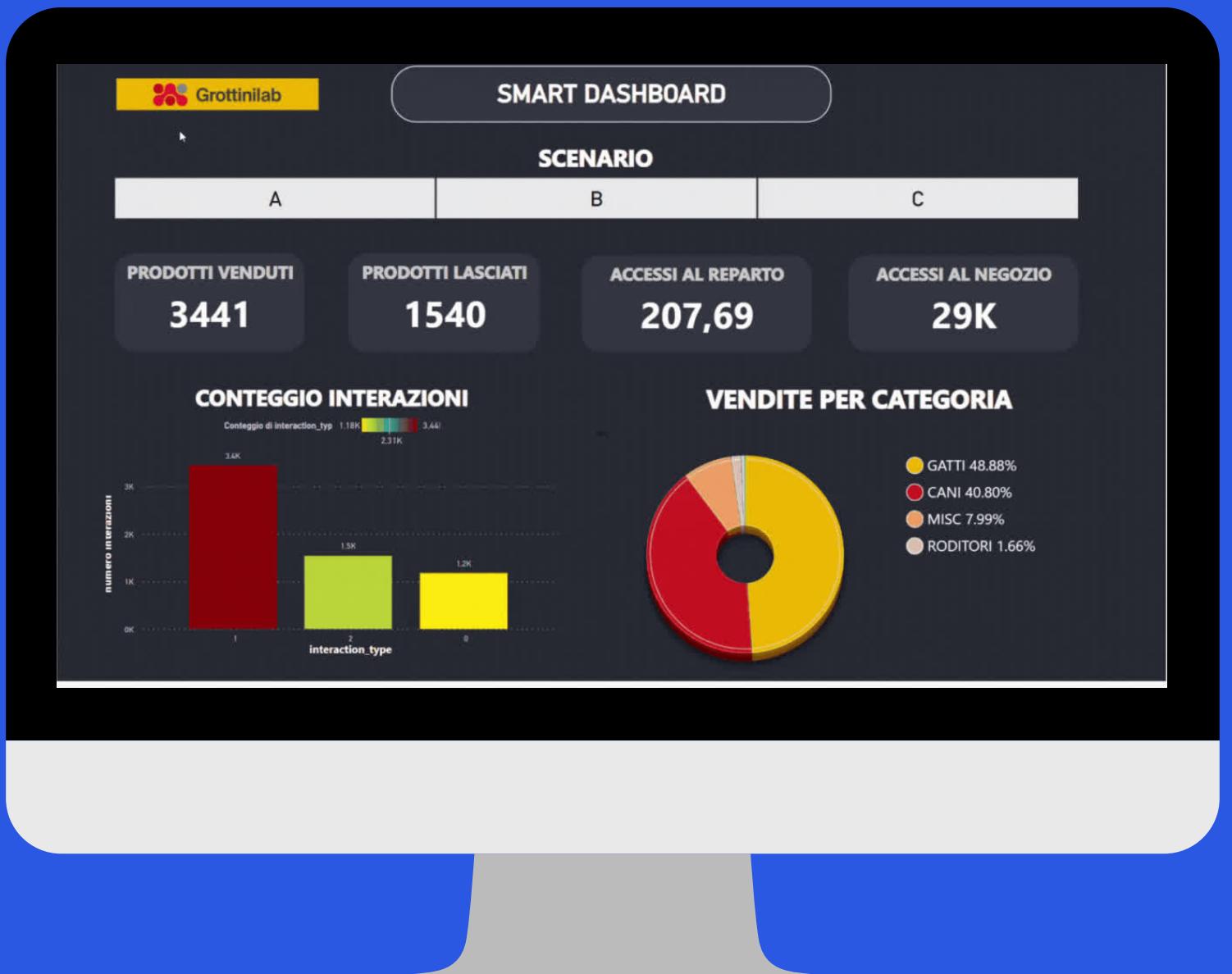
- 01** Dashboard sincronizzata tramite app dedicata
- 02** Visualizzazione essenziale dei principali indicatori

Fatta su misura per qualsiasi esigenza

Versione più dettagliata



Versione più essenziale

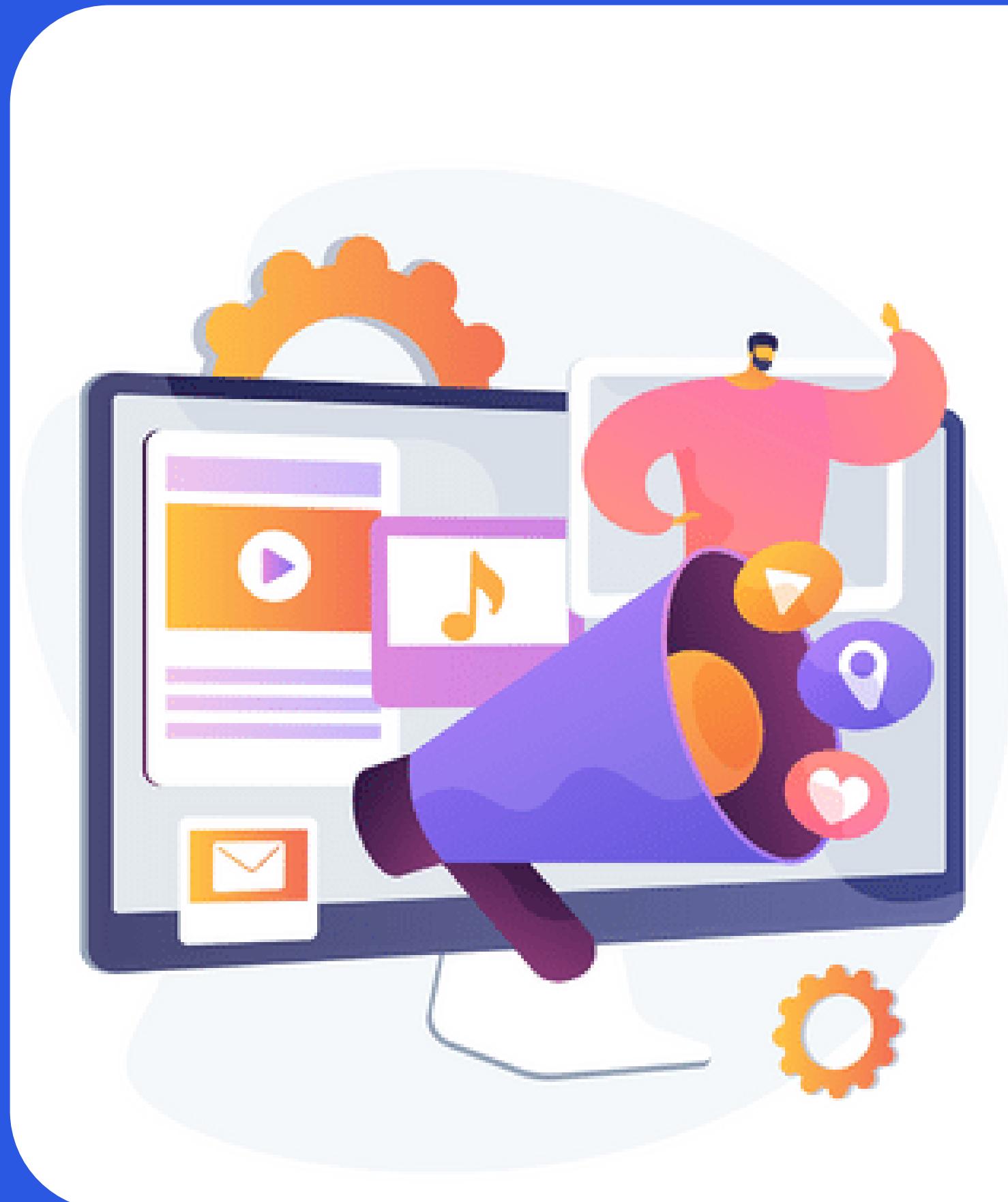


La nostra strategia

Come raggiungiamo i nostri potenziali clienti?

Awareness

Cerchiamo di suscitare interesse nei confronti dei nostri potenziali clienti, promuovendo contenuti sui principali canali social e attraverso lo sfruttamento di cookies di terze parti.



Social selling su LinkedIn





**Ancora ti basi sul dato di
sell-out?
Innovati con noi!**



Grottinilab

**Pensi di sapere tutto sul
tuo business?
Lasciati stupire dai dati!**

Soluzioni intelligenti per persone
intelligenti

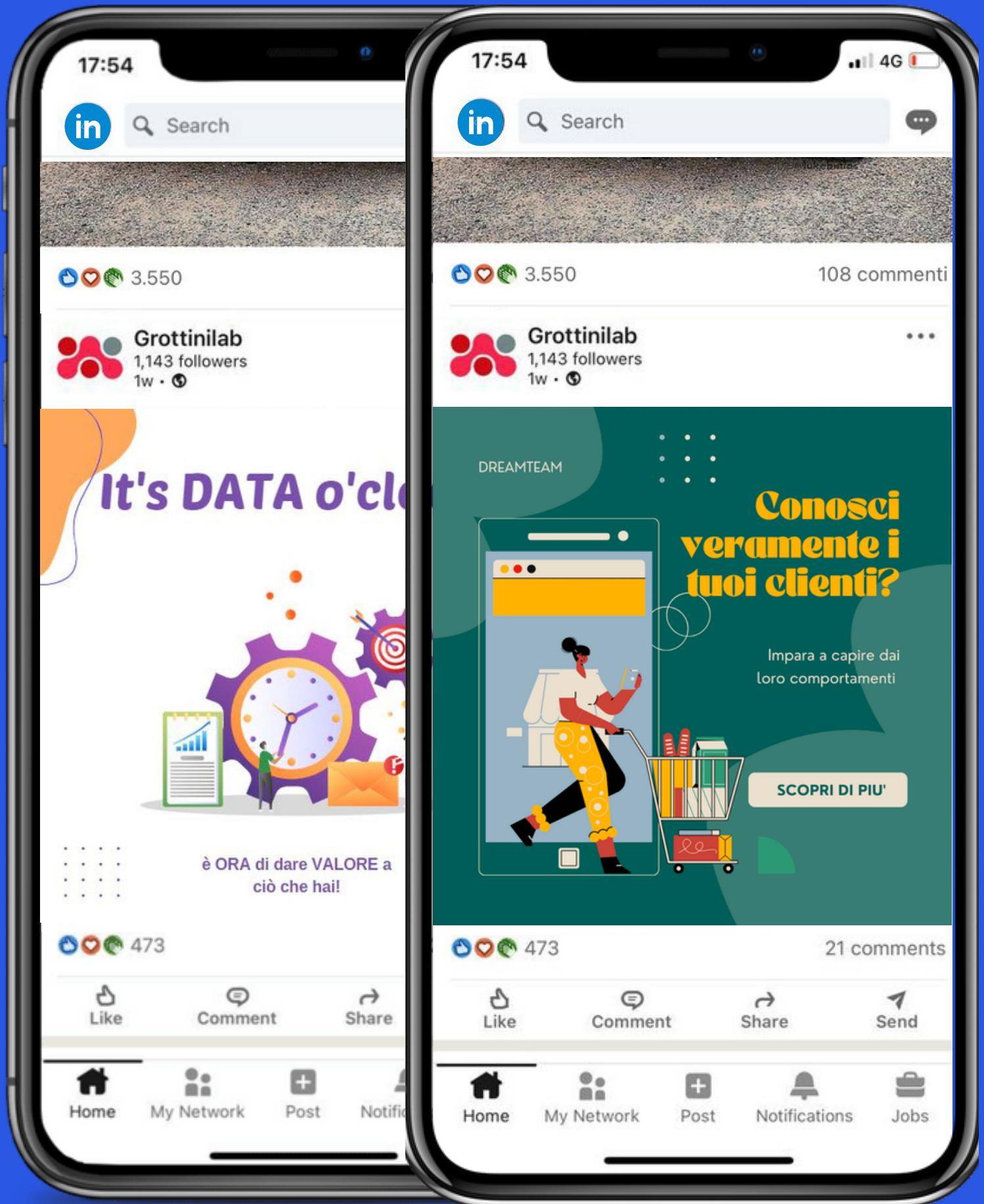
segui su
[@grottinilab](https://www.instagram.com/grottinilab)

Come possiamo aiutarti?
Parliamone!
info@grottinilab.com



Post sponsorizzati e real time marketing

*Come raggiungiamo i nostri lead prospect
su altre piattaforme ?*







01

Creare un profilo
LinkedIn con
un'ampia rete di
connessioni

02

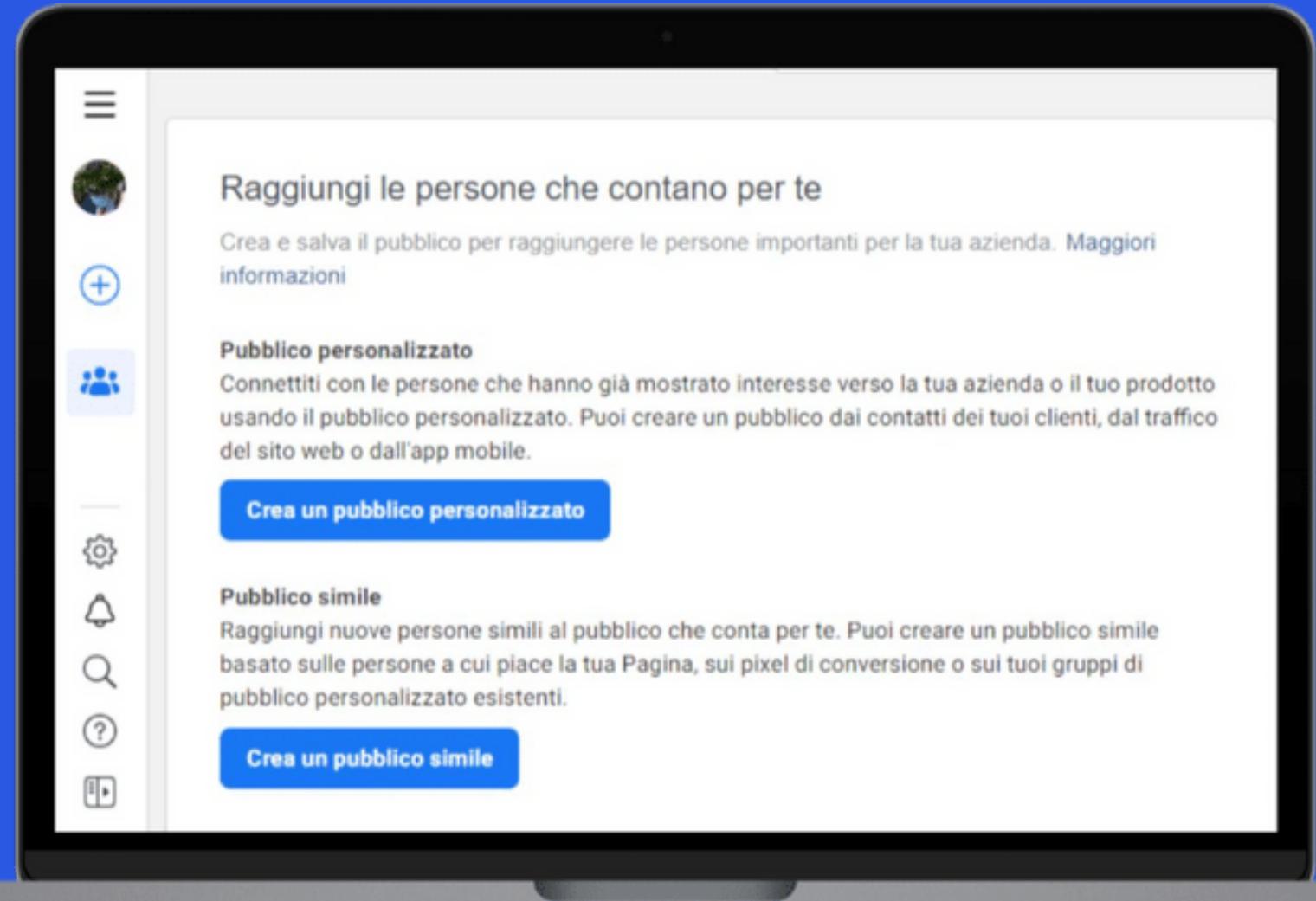
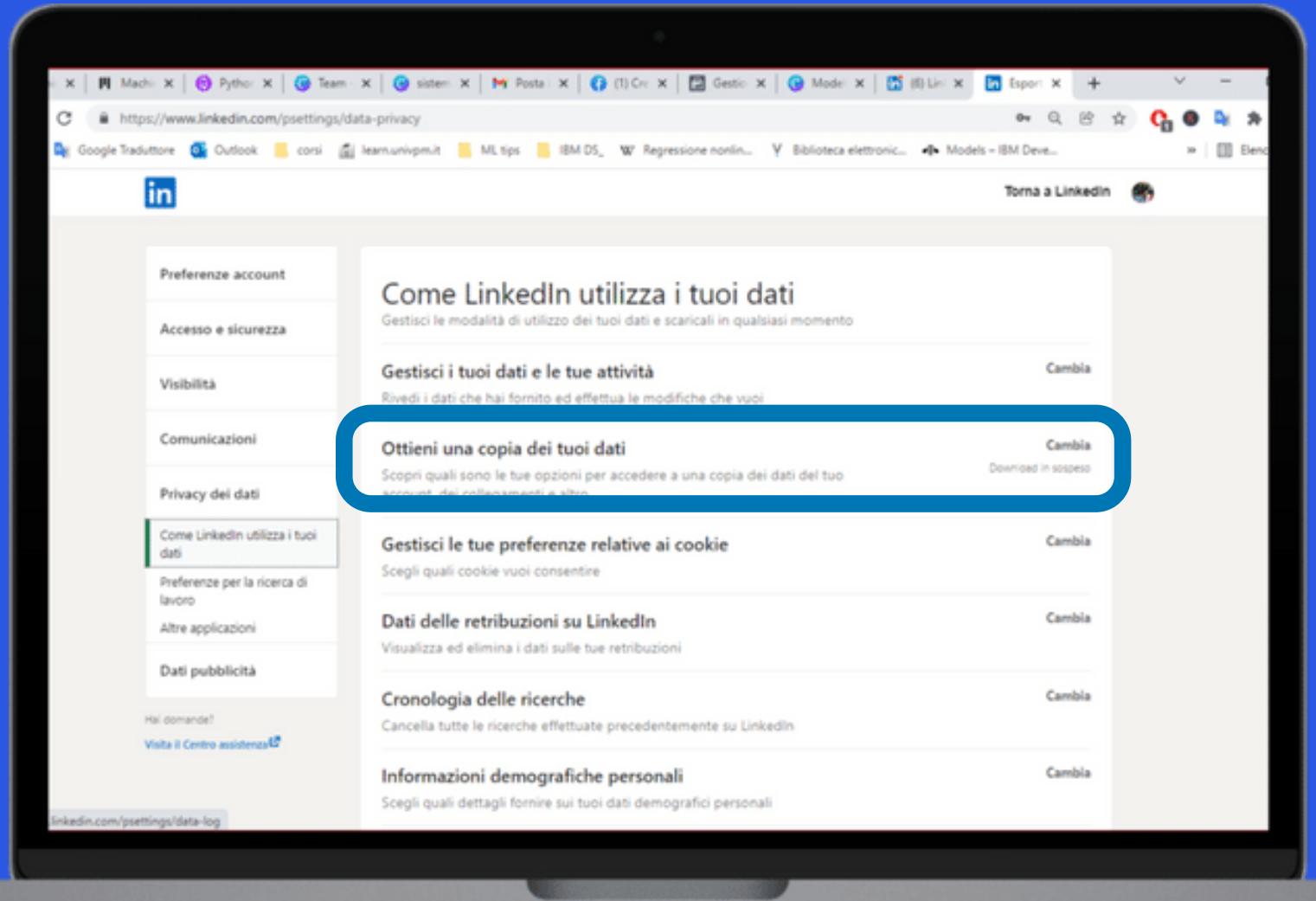
Esportare la lista di
connessioni
richiedendo a
LinkedIn una copia
dei dati del profilo

03

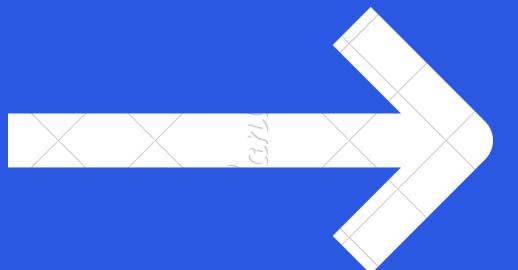
Importare la lista
all'interno di
Facebook Ads,
come "pubblico
personalizzato"

04

Creare un pubblico
simile con la
funzionalita
"LookAlike" di
Facebook Ads



LINKEDIN



FACEBOOK ADS

Oppure...

Crea il tuo pubblico utilizzando una targhetizzazione dettagliata: area geografica, posizione lavorativa, interessi, titolo di studio, comportamenti, ...



The screenshot shows the Facebook Ad Center's detailed targeting interface. The URL in the browser bar is https://www.facebook.com/ad_center/create/consolidatedad/?entry_point=fb4b_create_ad_cta&page_id=114685928571454. The main window title is "Targetizzazione dettagliata". The targeting criteria section lists the following interests:

- Dati demografici:
 - Retail Sales Manager ×
 - Retail District Manager ×
- Interessi:
 - Marketing digitale ×
 - Ipermercato ×
 - Vendite al dettaglio ×
 - Sales & Marketing ×
 - Personal shopper ×

Below the targeting section, there are tabs for "Durata", "Pubblica questa", "Scegli quando te", and "Cliccando su Promuovi". To the right, there are sections for "Istruzione", "Aspetto finanziario", and "Avvenimenti importanti". The overall interface is dark-themed.

Generazione dei contatti

Come arricchire la nostra contact list?

LinkedIn Search



Attivare la versione Pro di LinkedIn

Questa permette di avere accesso a strumenti potenzialmente utili, come il servizio di InMail

Accedere a LinkedIn Search

Permette di ricercare profili che riteniamo essere interessati ai nostri servizi

Creare una lista di Lead utilizzando key-words

È possibile filtrare per azienda, località, settore, titolo professionale, livello di anzianità, mansioni lavorative, ... es. "retail manager"

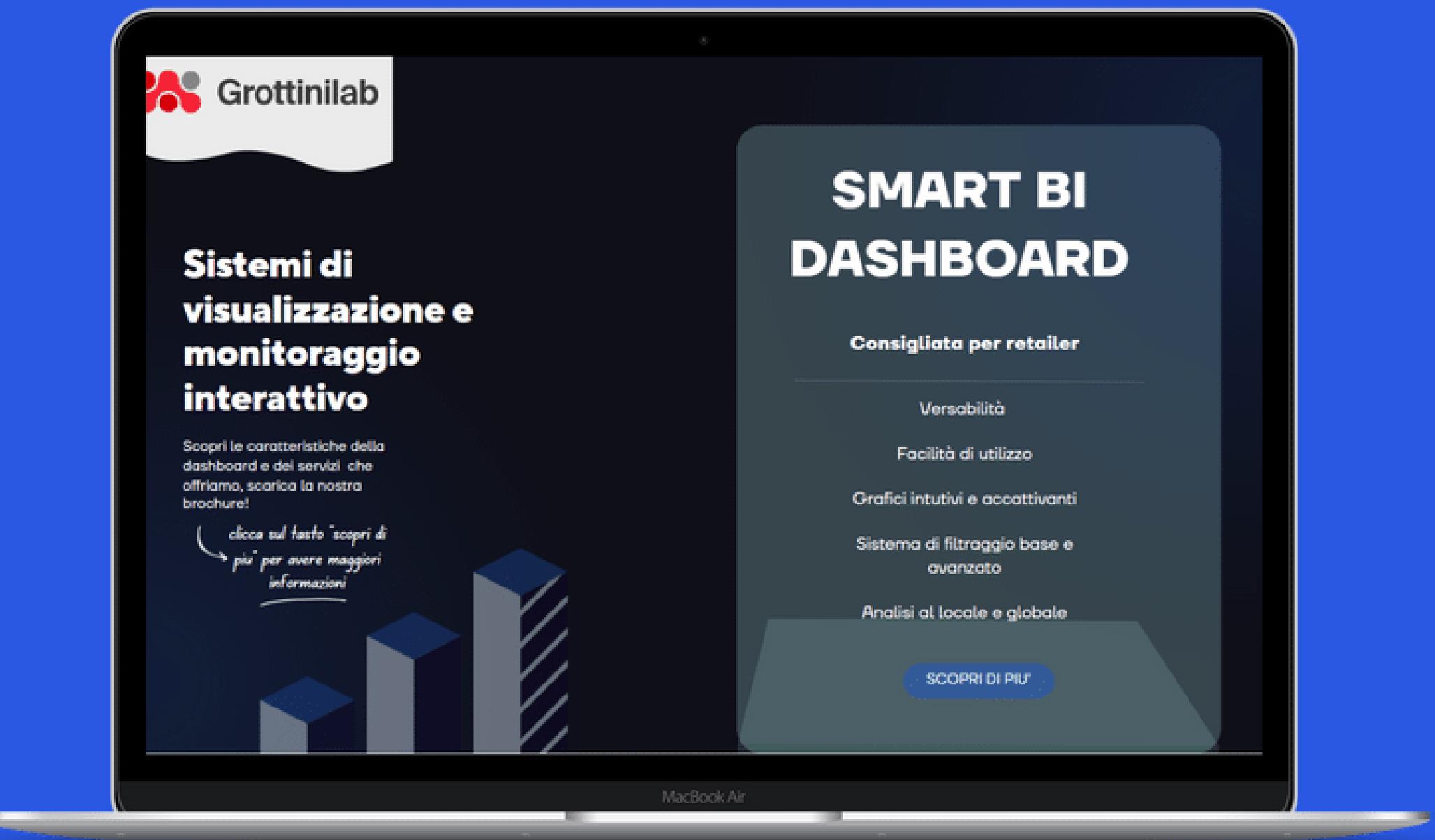
Utilizzare un tool di email scraping

Per ottenere la lista di indirizzi email dei lead

Inviare "cold email" personalizzate

LinkedIn Search permette di visualizzare gli interessi e le recenti attività dei lead (es. cambio di lavoro). È importante sfruttare questa funzionalità per "riscaldare" il lead andando a personalizzare le "cold email" (es. direct email marketing) rendendole più accattivanti e vicine ai suoi interessi

Landing page



L'utente cliccando su uno dei contenuti proposti entrerà nella landing page appositamente costruita per fornire delle prime caratteristiche sul prodotto che viene offerto. Viene quindi invitato a cliccare sulla call to action per avere maggiori informazioni.

La landing page costruita dovrà rispettare dei criteri fondamentali:

titolo efficace

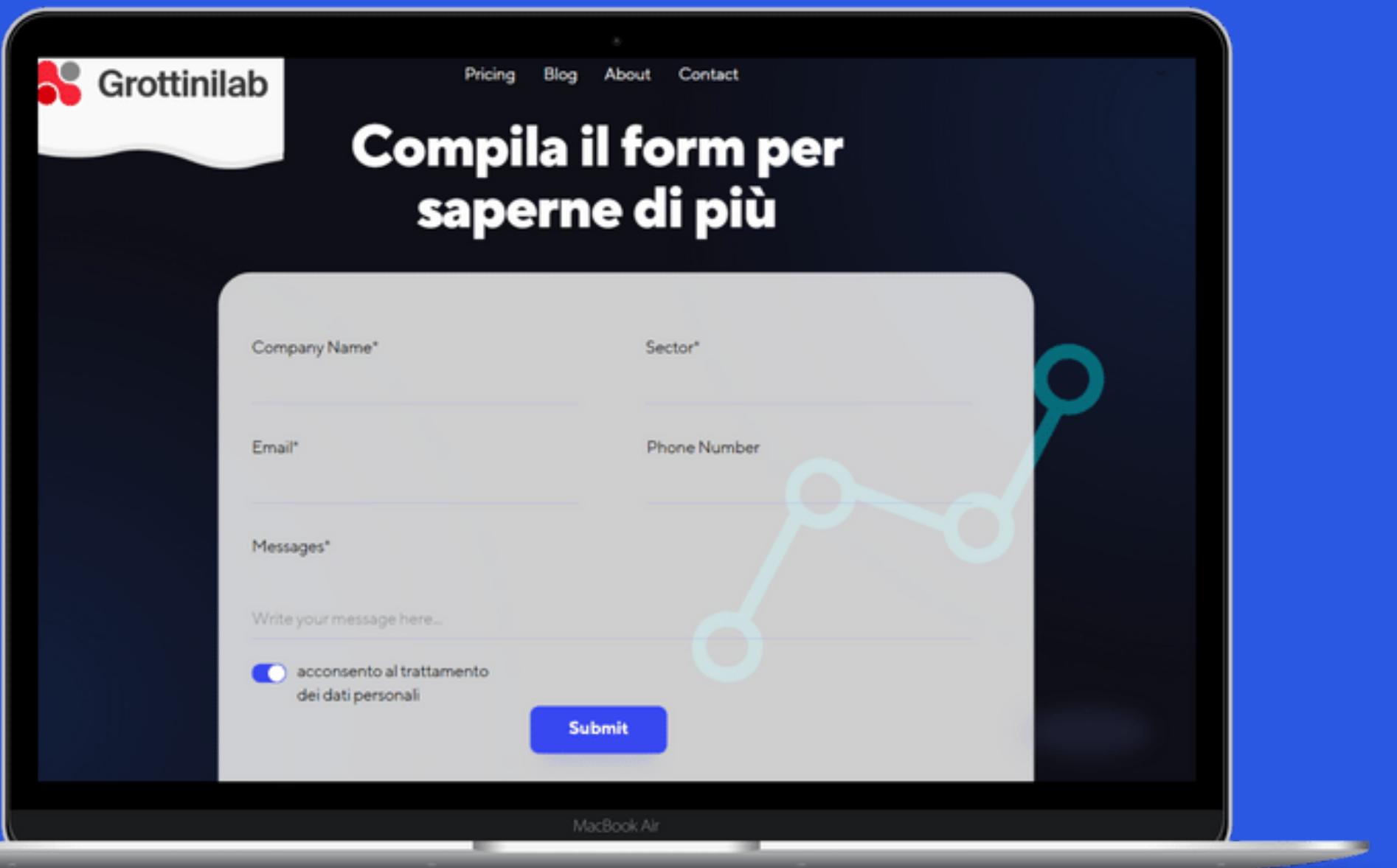
copy minimale

coerenza annuncio e contenuto

no elementi di navigazione

sintetizzare l'offerta

Form contatti



Cliccando sulla call to action presente nella landing page, l'utente viene reindirizzato a una schermata contenente un form di contatto da compilare.

L'utente compila il form e riceve una DEM



Lead Magnet

Direct E-mail Marketing

All'utente che lascia i propri dati sottoscrivendo il form precedente, viene inviata un'email con le informazioni circa il prodotto offerto e un link con la possibilità di scaricare la brochure, all'interno delle quale troverà:

1

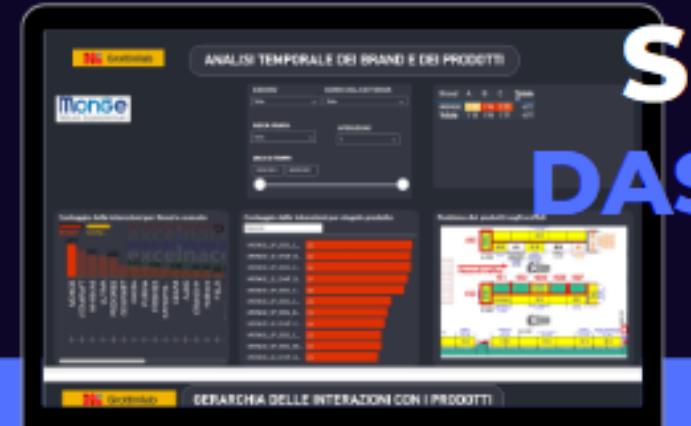
Tutti i dettagli tecnici della dashboard proposta

2

Il caso di studio Acqua & Sapone

3

Demo sull'utilizzo della dashboard



SMART BI DASHBOARD

SISTEMI DI VISUALIZZAZIONE
E MONITORAGGIO INTERATTIVO



COSA TROVERAI NELLA BROCHURE

Partendo dalla versione standard, viene offerta la possibilità di entrare più nel dettaglio e valutare i vari trend giornalmente, per fascia oraria, per scenario e così, garantendo un livello di profondità maggiore.

Si hanno quindi maggiori possibilità di scegliere uno momento specifico da analizzare. Questo pacchetto offre molte soluzioni di analisi e visualizzazione interattiva che la nostra azienda può porre in essere, l'obiettivo non è limitarsi ad una sola panoramica grafica dei vari trend, ma capire nel dettaglio tutti gli aspetti.

All'interno della brochure (che puoi scaricare tramite il link sottostante) oltre alle informazioni sul prodotto, troverai una demo interessante su un nostro caso di studio applicato al retailer Acqua & Sapone.

**[CLICCA QUI PER SCARICARE LA
BROCHURE](#)**

Vuoi rimanere aggiornato sui nostri prodotti?
[Seguici sui nostri canali social](#)



Direct E-mail Marketing

L'utente riceverà quindi l'email vista precedentemente, a tal proposito possono succedere due cose:

1

L'utente apre l'email/scarica il contenuto, verrà contattato via mail dopo 1 giorno

2

L'utente NON apre l'email/scarica il contenuto, dopo 3 giorni viene rimandata un'altra email per convincerlo a scaricare la brochure



NON SEI RIMASTO COLPITO DALLA NOSTRA PROPOSTA?



ABBIAMO NOTATO CHE NON HAI SCARICATO LA NOSTRA BROCHURE

Ci interessa sapere se le nostre proposte hanno suscitato interesse e se quindi hai intenzione di adottarle.

Ti invitiamo a contattarci per scoprire maggiori dettagli e per risolvere eventuali dubbi in merito. Se non l'hai ancora fatto quindi, ti invitiamo a scaricare la nostra brochure che contiene le nostre soluzioni, che si adattano a svariate tipologie di negozio.

Per convincerti maggiormente ti lasciamo una testimonianza raccolta dal caso di studio che abbiamo applicato ad Acqua & Sapone.

Ti rimane solo da scoprire le potenzialità che i nostri sistemi possono offrirti!



*Collaboriamo con Grottinilab da diversi anni e, grazie alle loro soluzioni, abbiamo la possibilità di portare innovazione nelle nostre metodologie di ricerca shopper e gestione degli scaffali [...] .

Luigi Caniglia
Area Manager - Acqua & Sapone

CLICCA QUI PER SCARICARE LA BROCHURE

Vuoi rimanere aggiornato sui nostri prodotti?
Seguici sui nostri canali social



Direct E-mail Marketing

In entrambi i casi vi è un meccanismo di marketing automation, che sulla base di determinate azioni che l'utente compie o meno, agirà in un modo piuttosto che in un altro. Nel caso specifico l'utente verrà ricontattato se ha visualizzato la brochure inviata o se ha ignorato quest'ultima. Tutto ciò viene fatto con l'obiettivo di fidelizzare maggiormente il cliente per spingerlo a scegliere e adottare le nostre proposte.

COLPITO

GRAZIE PER ESSERTI
INTERESSATO A NOI!

ABBIA MO NOTATO CHE HAI SCARICATO LA NOSTRA BROCHURE

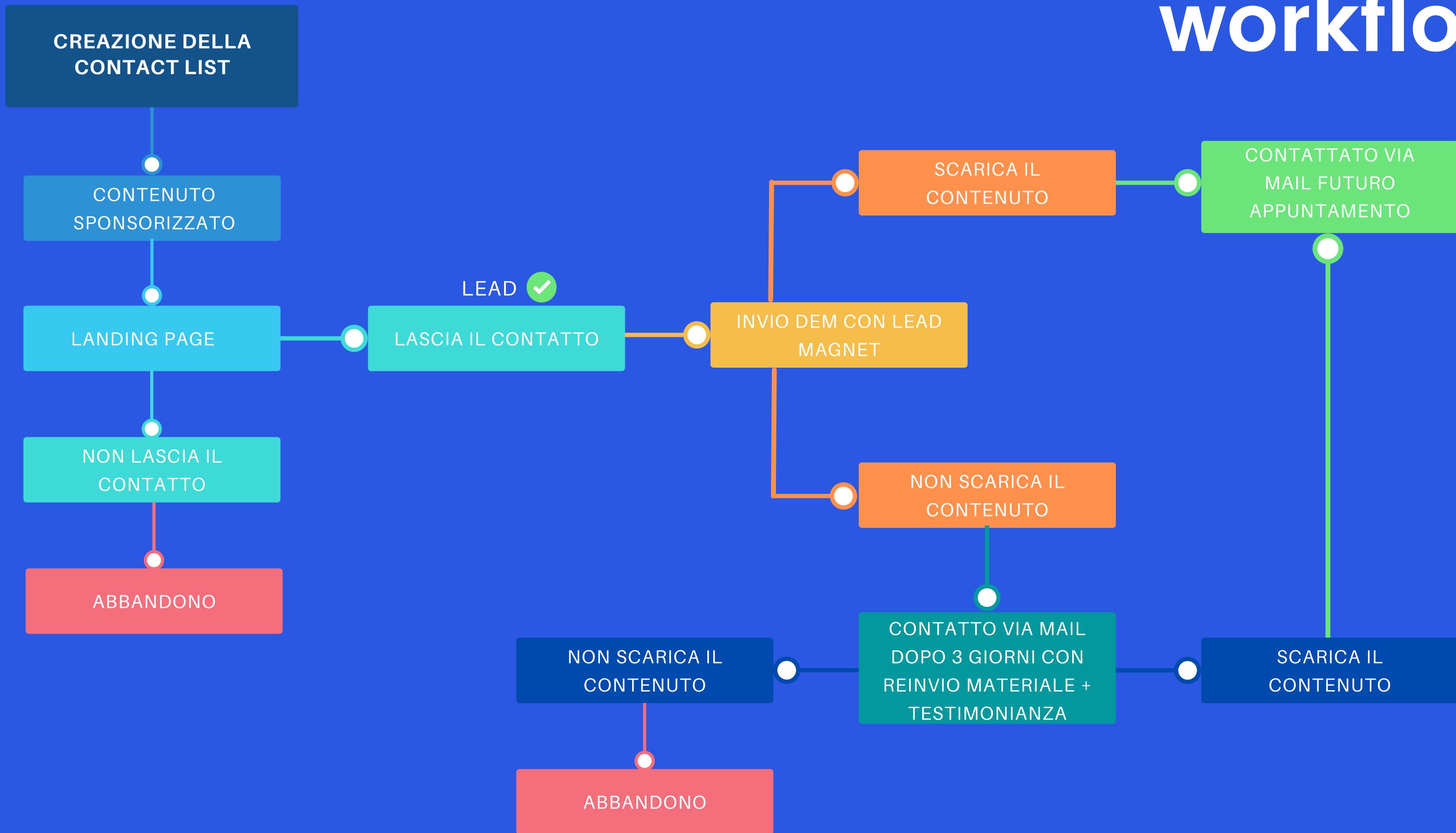
Gentile %NOME%,
Ti invitiamo a contattarci per scoprire maggiori dettagli e per risolvere eventuali dubbi in merito. Ci auguriamo che la nostra brochure ti abbia fornito informazioni necessarie. Se vuoi saperne di più o vuoi prenotare un appuntamento, non ti resta che cliccare sul link sottostante.

[CLICCA QUI PER
CONTATTARCI](#)

Vuoi rimanere aggiornato sui nostri prodotti?
[Seguici sui nostri canali social](#)

[in](#) [in](#) [f](#)

Contacts workflow



Post acquisto

Dopo che il cliente ha iniziato una collaborazione, è fondamentale affiancarle anche in questa fase, per offrire supporto e consulenza continua.



SUPPORTO
CONTINUO

ASSISTENZA

CONSULENZA

Advocacy

Se il cliente è rimasto soddisfatto, viene invitato a lasciare un feedback sull'esperienza avuta con i nostri prodotti, per orientare eventuali nuovi acquirenti.

Di seguito alcune testimonianze:

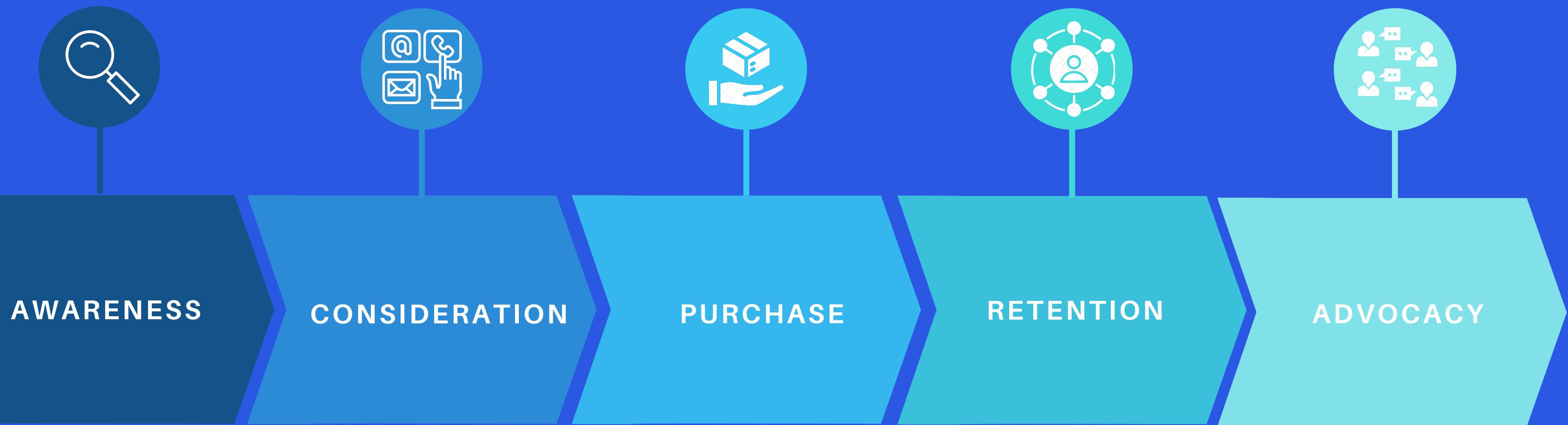
The image shows three cards floating in the air, each featuring a company logo and a testimonial from a different brand. The cards are tilted at different angles against a blue background.

- ACQUA & SAPONE**
"We have been collaborating with Grottinilab for several years and, thanks to their solutions, we are able to bring innovation to our shopper research and shelf management methodologies. We are also information coming from our Shopper Science Lab to design our future stores' strategies."
- BRAUN**
"Grottinilab Shopper Analytics solution, we were able to test new shelf positioning strategies in a real store. The test allowed us to evaluate different executions and optimize them I-out in other stores. Thanks to the detailed data analysis, we understood which one generates the greatest attention and conversion for our category and products"
- ANGELINI**
"Identified Grottinilab not just as a supplier, but as a partner with whom we share ideas, acting re attractive, easier to manage and to update. These conditions have impactively enhanced our internal wayfinding giving our shops a clean, modern Look&Feel that is functional the same time"





COSTUMER JOURNEY



Il nostro team



Chiara Antognazzi



Federica Volpi



Riccardo Rocchi



Benito Del
Peschio

Grazie per
l'attenzione!