

Retail 4.0: le sfide di Miroglio Fashion

***Francesco Cavarero
Group CIO***

Milano, 15 marzo 2017



Miroglio Fashion

Crea, commercializza e distribuisce 11 marchi di moda femminile in tutto il mondo

- Leader nel fashion retail, con oltre **1.100 punti vendita** in Italia e all'estero
- **5 siti** e-commerce
- **5.000 clienti** multi-brand

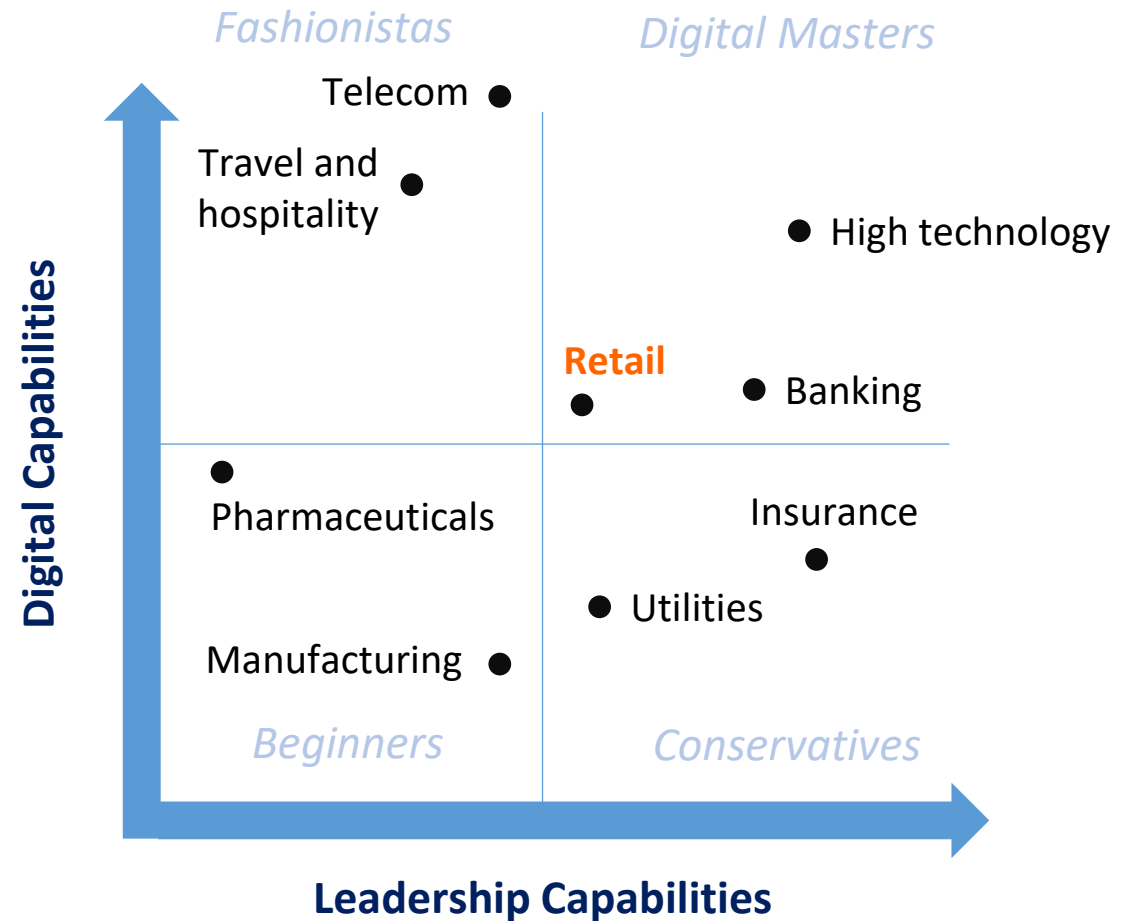


I nostri brand

 motivi	elena miro	FIORELLA RUBINO	CARACTÈRE
oltre	Luisa Viola	DIANA GALLES	PERTE by KRIZIA

Il retail guida la rivoluzione digitale

Il **retail** si colloca a livello globale tra le industry che affrontano la trasformazione tecnologica coniugando **capacità di investimento** e **visione strategica**.



Fonte: **Leading Digital**, 2014 Harvard Business Review Press

Il Retail 4.0 per Miroglio Fashion

Una tecnologia non
invadente che abilita
servizi e crea **connessioni**

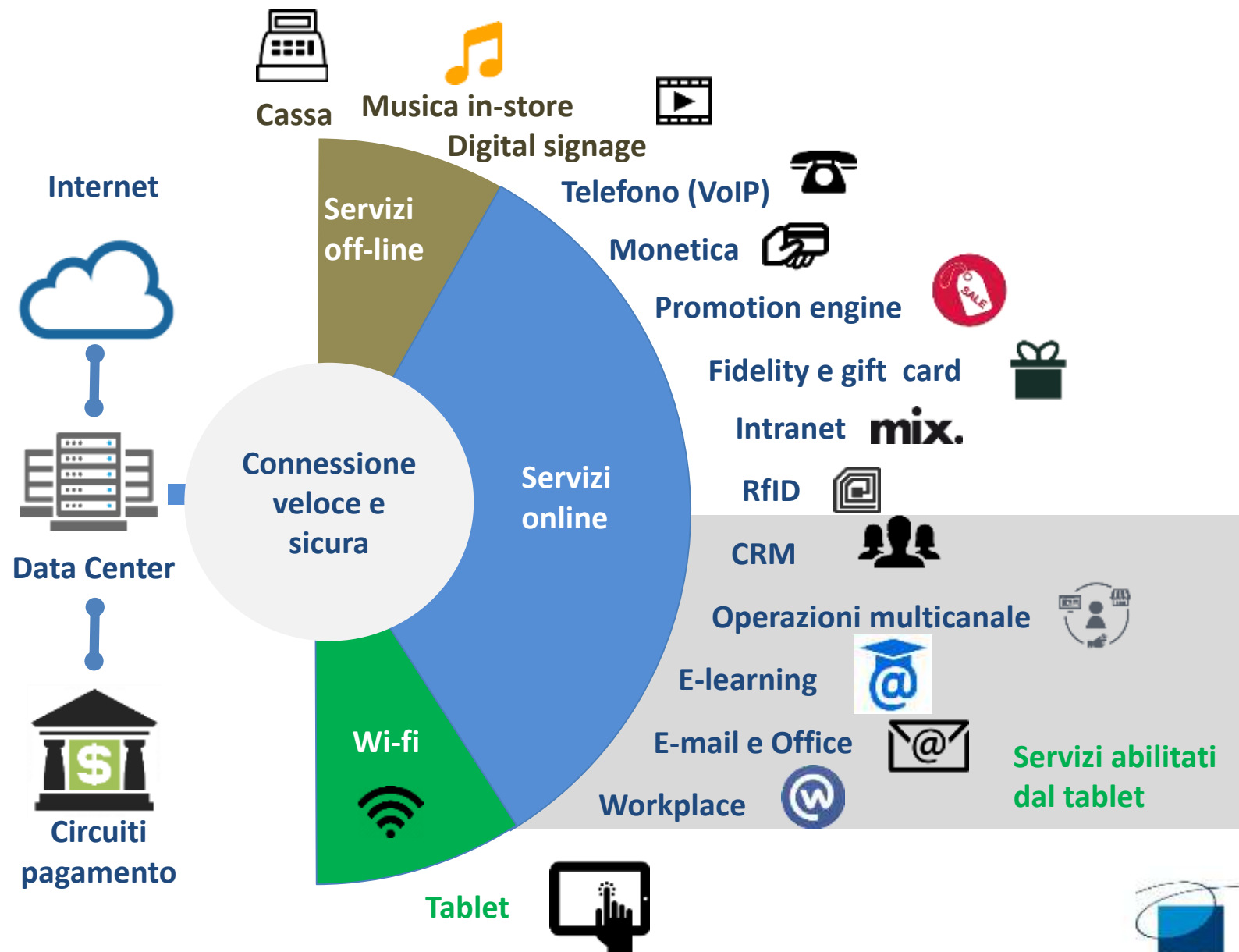
- Touchpoint
- Prodotto
- Dati
- Persone



Conviene partire dalle basi

La trasformazione deve
partire dagli **elementi
tecnologici di base.**

Diversamente si rischia di
compromettere il successo
delle iniziative più evolute.



Connessione tra i touchpoint

Ogni punto vendita, fisico o digitale, è parte di una **rete**

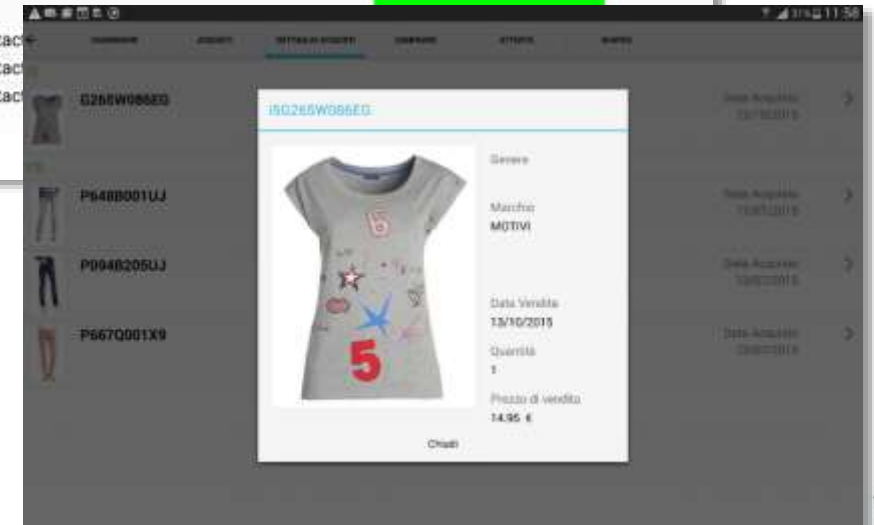
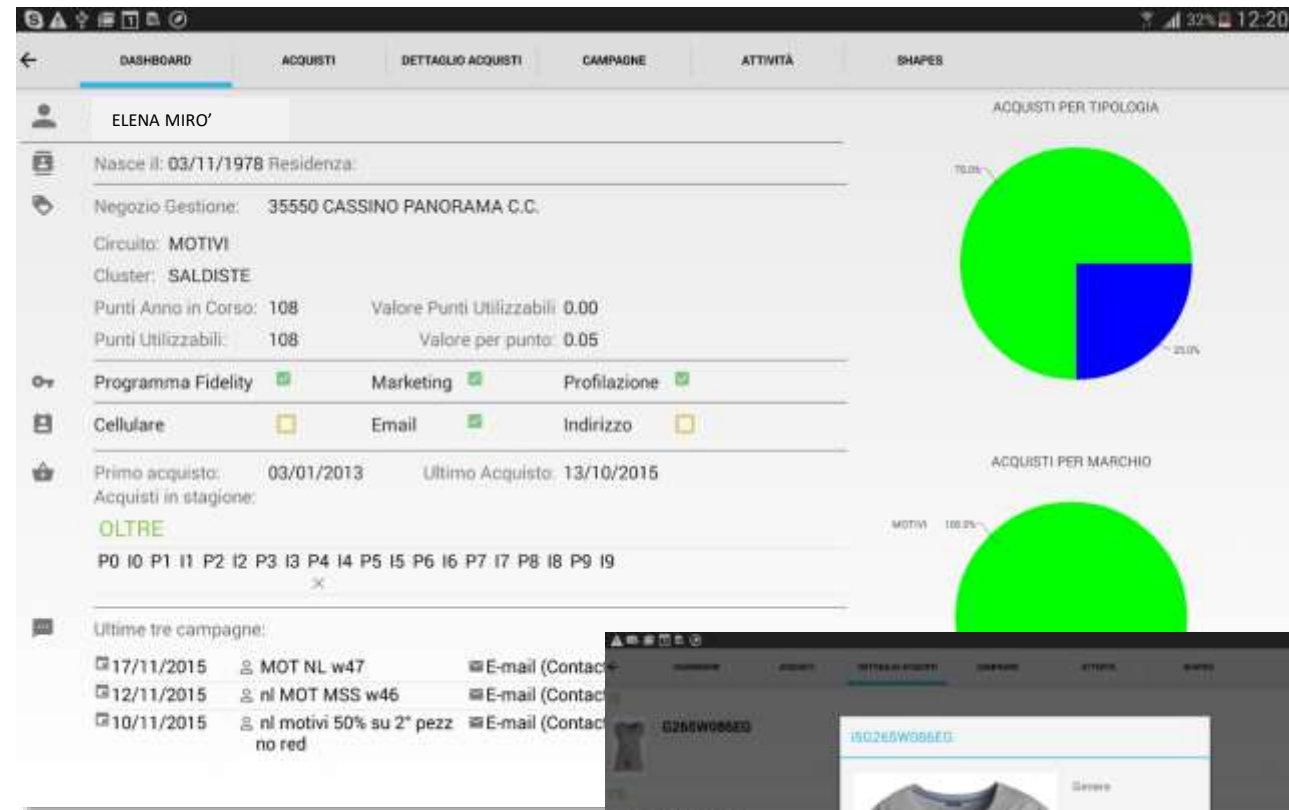
- Gestione stock unificata
- Acquisti online da negozio
- Click-and-collect
 - 33% degli ordini e-com ritirati in negozio
- Click-and-return
 - 32% dei resi e-com effettuati in negozio
- Fidelity program multicanale
- Gift card multicanale
 - 49% dei clienti e-com compra anche in negozio



Connessione tra i touchpoint

CRM: **un'unica vista** sulla cliente

- Multibrand
- Omnicanale
- App CRM in-store a supporto dei punti vendita
- **5 mln** di consumatrici fidelizzate
- **70%** di transazioni con clienti fidelizzate



Connessione con i prodotti: l'RFID

Le etichette intelligenti dotate di chip RFID (Radio Frequency Identification) permettono di realizzare la **tracciatura della merce a livello di singolo item**.

Il sistema consente l'identificazione di ogni singolo capo con letture **immediate a distanza** (di singoli capi o massive).



RFID - Il futuro del Retail
FIORELLA RUBINO

Un chip identificativo su ogni prodotto
Piccolo, rettangolare, chip elettronico integrato. Questa etichetta funziona con una tecnologia chiamata RFID (Radio frequency Identification).

La logistica FIORELLA RUBINO in modalità RFID
Identificazione a distanza e su grandi volumi dei prodotti taggati.

Quali sono i vantaggi usando questa tecnologia
Un servizio di scorte accurate e vendite sicure

- ✓ Riduzione errori fra inventari, vendita, conferimento
- ✓ Accuratezza gestionale
- ✓ Maggiore servizio più efficiente più vendite

Il chip applicato su ogni prodotto

OGNI ACQUISTO TRACCIATO

SOLD

Connessione con i prodotti: l'RFID

Rete Fiorella Rubino:

- **170 negozi** a gestione diretta
- **2,2 mln** di capi taggati all'anno

Processi:

- Accettazione e trasferimenti merce
- Antitaccheggio
- Inventari accurati e velocissimi
- Replenishment puntuale

Vantaggi:

- Efficienza
- Accuratezza
- Maggiori vendite
- Abilitazione processi omnichannel evoluti
(es. *Reserve & collect*)

RFID - Il futuro del Retail
FIORELLA RUBINO

Un chip identificativo su ogni prodotto
Piccolo, rettangolare, chip elettronico integrato. Questa etichetta funziona con una tecnologia chiamata RFID (Radio frequency Identification).

La logistica FIORELLA RUBINO in modalità RFID
Identificazione a distanza e su grandi volumi dei prodotti taggati.

Ogni acquisto tracciato

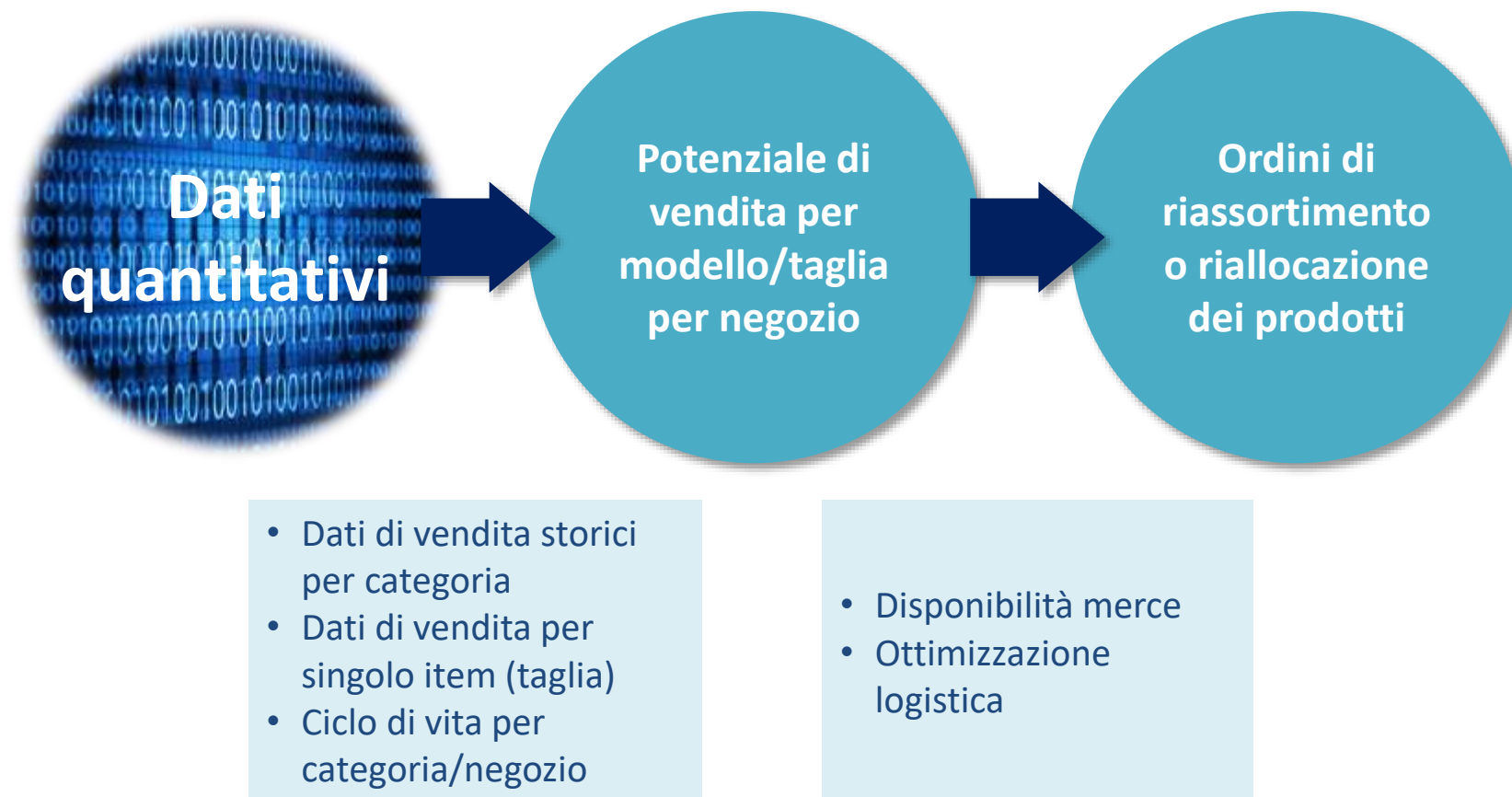
Quali sono i vantaggi usando questa tecnologia
Un servizio di scorte accurate e vendite sicure.

Il chip applicato su ogni prodotto

360° Retail

Connessione con i dati (tutti)

Progetto «Borsino»:
sfruttare al massimo i dati
per garantire la migliore
allocazione «fine» della
merce **in-season**.



Stiamo davvero sfruttando TUTTI i dati?

Connessione con i dati (tutti)



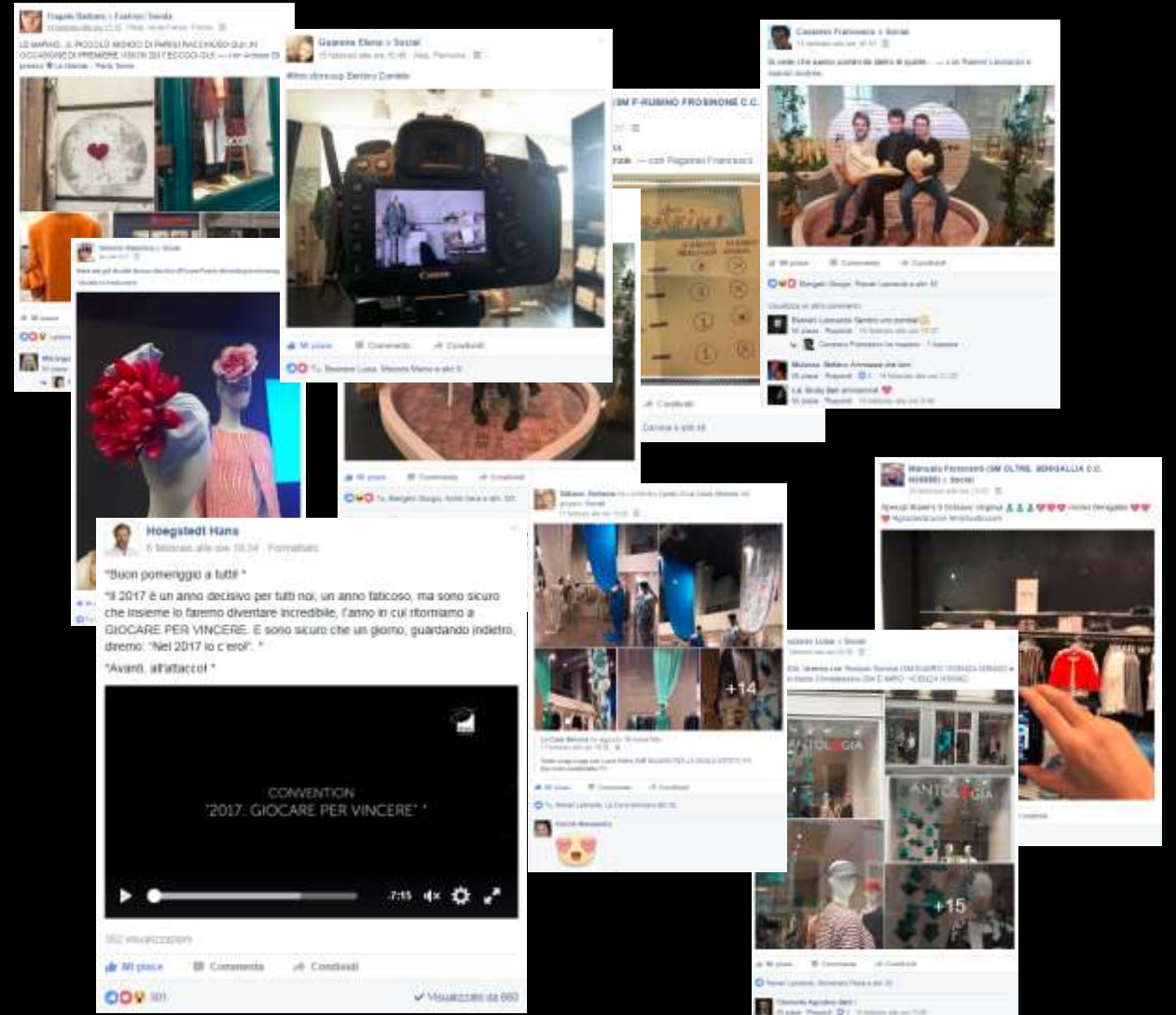
Unire la potenza e l'imparzialità dei metodi analitici alla sensibilità e responsabilità del personale di vendita

Una rete di persone



Un **social aziendale** per un nuovo modo di gestire la rete retail

- Pilota lanciato a metà 2016, primi in Italia
- In poche settimane adesione completa da parte dei negozi e della sede
- Comunicazione verticale bidirezionale (*feedback*)
- Comunicazione orizzontale
- **Decine di gruppi tematici**
- **Oltre 700 post a settimana**



Una rete di persone



**It is not necessary to change.
Survival is not mandatory.**

W. Edwards Deming

Grazie

Francesco Cavarero
Group CIO

francesco.cavarero@miroglio.com