

ShopTalk Europe 2017 – Copenhagen

Highlight della 1a edizione

2.300 partecipanti – 1.300 aziende – 50+ Paesi

Kiki Lab presente come partner e facilitatore dei meeting italiani



Grazie a ...

- I manager con cui abbiamo condiviso il Congress e i debrief (Samsung, GameStop, Confcommercio, Coin, AllWays, Nomination, Penti, AW Lab)
- Il team di ShopTalk che ci ha scelti come partner italiani
- I 250+ speaker del Congress

Digi-fans

- 40% delle aziende Fortune top 500 morirà in 10 anni
- 2020: algoritmi influenzeranno 1 bln di lavoratori
- 2020: l' 85% di tutte le interazioni non sarà tramite umani, ma uomo-macchina
- 2020: il 50% dei messaggi saranno vocali
- 2020: il 30% delle aziende userà AI almeno in uno dei suoi processi di vendita
- 2025: mercato da 100mld\$
- *Data X: la AI ti conoscerà meglio di te stesso, sceglierà per te e meglio di te*
- *Accelerazione necessaria nei processi di innovazione: il senso di urgenza pervasiva*

AI: presente e futuro

- Macchina che fa dipinti del Rinascimento
- AI chip degli SP dal 2018 (era per supercomputer)
- AI batte il GO champion. GO è 100-200 + complesso degli scacchi
- Tipo di utilizzo: *'Ciao Google, vado a un matrimonio in Italia a giugno cosa mi metto?' 'Visto il clima previsto puoi usare quel vestito, che hai comprato da noi e ti consiglio queste scarpe'*
- Partnership eBay con Google per permettere di vendere e comprare senza uso di device come PC, tablet, smartphone, ecc > Google Home

Centralità dell'AI

- Vision Google 2016: da essere la 'mobile first company' a diventare la 'n1 AI company'
- Ocado: lasciare il robot a leggere i messaggi dei clienti e dare le priorità per risposte immediate. 4X + veloci nelle risposte a domande urgenti

Nuovi job title



Eric Colson

chief algorithms officer, Stitch Fix

Digi-doubt

- Futuro del Retail = futuro delle interazioni umane
- Non è vero che sarà tutto Web 100%
- La supply dell'on-line costa 3x dei pv
- Hudson Bay Co (HBC) Group: 2 anni fa volevamo entrare nel Retail 'fisico' in EU: ora già 1/3 del fatturato
- 2017: 10 pv in NL, grandi magazzini
- Harrods: Ai buyer nelle trattative chiediamo di disconnettersi da tutto. Abbiamo buyer bravissimi e ci affidiamo a loro, la tecnologia non può sostituire

Implicazioni per il Retail Design

- Da showrooms a do-rooms
- Da 'Built to last' a 'Built to change'



Le sfide aiutate dalla robotica

- Open-Innovation con un proliferare di Hub e Lab: Mediamarket, Ikea, Westfield, ...
- Esempio Robot in negozio
- Dal servizio assistito al self-service 'flex' supportato dall' AI – Robot con costi compatibili
- Facilitare la store navigation
- Sfruttare in modo ludico le fasi di disservizio (attesa, ricerca prodotti, ...)
- Attenzione a
 - ✓ Capacità di manutenzione costante
 - ✓ Effetto wow che col tempo cala
 - ✓ RoE = RoExpierence reale



Spend A Night In This Hotel Run By Robots

The Henn-na Hotel in Japan, which is staffed by robots from reception to recycling, is expanding to 100 new locations

[Home](#) > [Comment](#) > Comment: We could soon face a robot crimewave

Comment: We could soon face a robot crimewave

Christopher Markou, PhD candidate, faculty of law at University of Cambridge, takes a look at how the law needs to be ready for a potential robot crimewave.

Published: 09:00:00 on the 24th Apr 2017

Author: Christopher Markou



Let This Bot Help You Pick Your Next Pair Of Jeans

A new Levi's virtual stylist bot helps customers narrow down options to find a

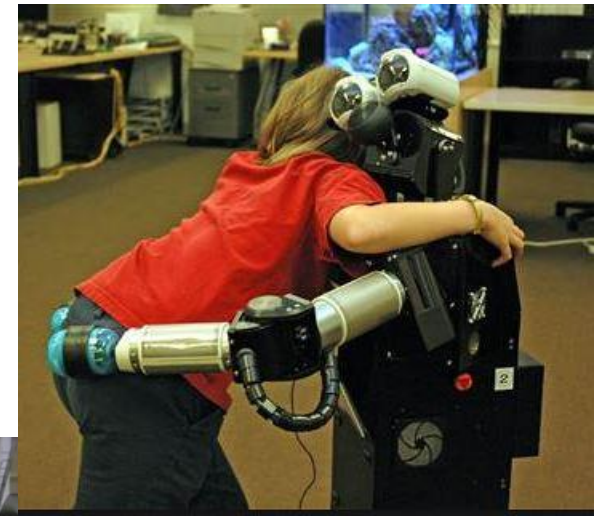


Robot priest 'Pepper' reads scriptures at funeral



Robot

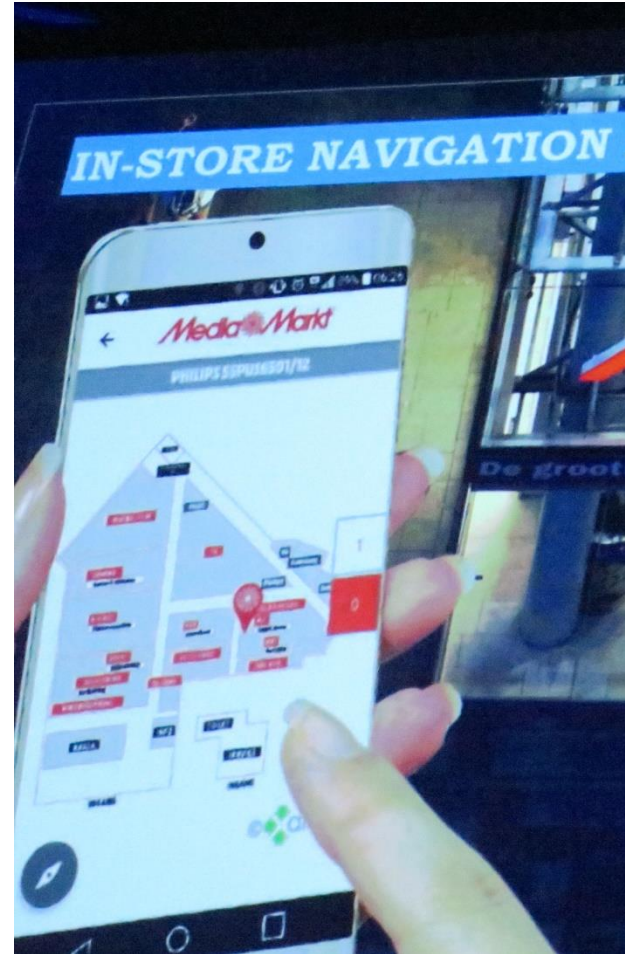
- Insegnare
- Medicare
- Dirigere un'orchestra
- Prenotare un hotel
- Vestire una persona
- Guidare un'auto
- Assumere (o anche licenziare) una persona
- Fare operazioni di banca e di assicurazioni
- Fare sesso
- Rubare
- Fare da prete a un funerale
- ...



ricerca di Bill Webb, Retail Fashion Institute – Ebeltoft Group

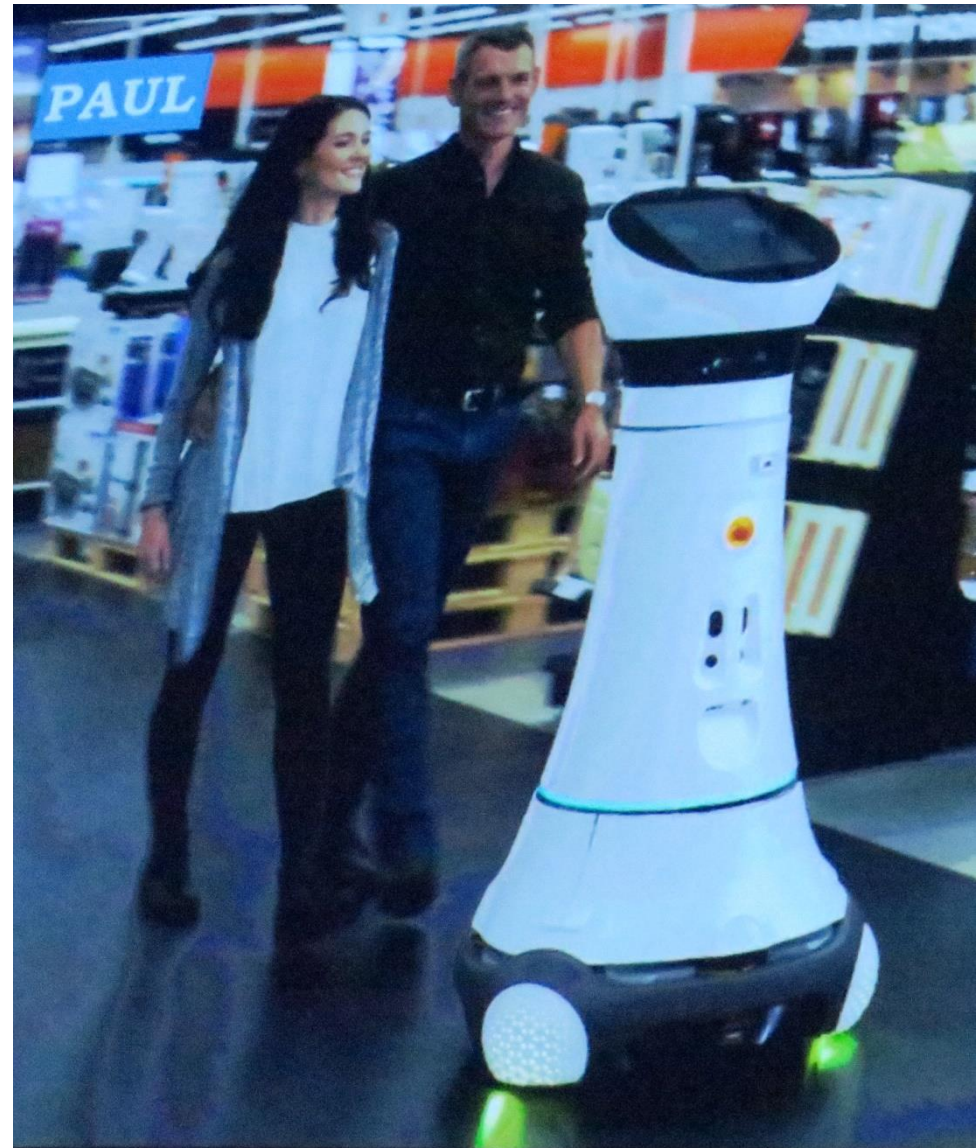
Il risveglio del 'dinosauro' Mediamarkt

- > 1.000 pv
- Ecommerce solo dal 2011
- Nuovi format in test in Spagna, Belgio, Olanda
 - ✓ Diversi fra loro, più piccoli (es. 500mq), con elevata digitalizzazione del PV
- App con navigatore in PV



Il risveglio del 'dinosauro' Mediamarkt

- Robot che ti accoglie e ti accompagna in reparto, chiama poi l'addetto e ti accende la musica se vuoi
- Robot anche per strada nei dintorni del pv
- Robot ti accompagna dai prodotti e poi li spiega
- 75% clienti su 3.000 hanno detto che useranno queste Tech
- Ott17: lancio VR Shopping



In Spagna con Watson che dialoga via WhatsApp



Community: il caso Depop

- Depop: mobile market place - il modo più cool per vendere e comprare
- Community: artisti, designer, ...
- Seconda mano: sostenibilità e connessione diretta
- UK US IT
 - ✓ 80% under 25
 - ✓ 3mln interazioni in 1 giorno
- Figli che vendono le vecchie cose dei genitori
- Prossimi step: 2 pop up a NY e LA
- 25\$ scontrino medio, 500k items, 10% fee per uso piattaforma

Etailers go Bricks: Ace & Tate

- Etailer di occhiali nato nel 2013
- Piccolo showroom; poi pop-up, poi 1° negozio permanente ad Amsterdam
- 17 pv in NL, D, B, DK, S
- 80% dei clienti che comprano sono nuovi. E sono anche digitali!
- Rafforza la fiducia nel Brand – puoi tornare per ogni problema

Etailer go bricks: Birchbox 1/2

- Beauty on-line con abbonamento 10\$ minisize a sorpresa
- 2010 lancio, oggi 87 mln in 6 Paesi e 2 pv (NY e Parigi)
- Il target più interessante: la 'beauty majority': interessata, ma non esperta
- Supporto: beauty editor e semplice processo di Try, Learn, Buy
- In PV come on-line: adiacenze per linee prodotto (mascara, eye-liner, ...)
- Un nuovo concept che fa aumentare i consumi complessivi: dopo un anno le clienti BB avevano speso 70% in + rispetto al gruppo di controllo
- Cross-canalità: se le clienti si abbonano dal negozio hanno dei benefici in più
- Ecommerce sarà 100%. 'Cosa fai per spingerli on-line?' Attribuire le vendite on-line al negozio

Etailer go bricks: Birchbox 2/2

BYOB: Build Your Own Box con design che cambiano ogni mese. 'Have to be Instagrammable'



Etailer go bricks: Mymuesli

- 2005 a Passau 3 amici studenti
- Ricerca (come insegnato all'università): Abbiamo chiesto a 1.000 persone: 'Compreresti mueslie online?': nessuno ha risposto sì
- Abbiamo avuto spazio sui media perché ... tutti erano convinti che fosse una follia !!!!
- 50 pv + pop up a Berlino
- Scelta location? Dove ci sono clienti o NON ci sono. È importante individuare aree con potenziali clienti

Comportamenti cross-canale: OBI

- 10% dei nostri clienti era andato on-line a vedere disponibilità in negozio
- Il negozio fisico non è solo acquisto, ma anche parte dall'ispirazione
- L'importanza dei servizi: noleggio, soluzioni (con partner), fallo per me (Obi Macher), anche per piccoli progetti
- Segui il tuo DNA
 - ✓ Non siamo una tech company
 - ✓ CRM non è nel nostro DNA
 - ✓ Addetti da portare a un livello nuovo
 - ✓ Rivedere il pv format costantemente !

Contenuti: matchfashion.com

- 450 Brand del lusso venduti on-line: molte scoperte e poco note
- Approccio unico allo storytelling
- Freschezza e novità ogni giorno
- 35% del fatturato derivante dai contenuti!
- 100% di quello che si vede è acquistabile
- Anche quando clicchi sul prodotto non esci dalla storia > richiamo allo stile
- Ogni mattina una chat di 10' a disposizione per le novità

Ritorno al futuro: PicNic NL 1/2

- Food on-line solo da mobile: lancio 2015
- App: fra quanti minuti arrivo e non solo nello slot delle 2 ore
- I clienti decidono cosa dobbiamo vendere. Se 5 persone in una zona chiedono un prodotto loro lo listano
- Consegne eco con un bel furgoncino elettrico. Max 40km, ma sono 3x efficienti vs altri in città
- Gestite da personale interno
- 'Siamo diventati come i vecchi lattai: ci amano, ci aspettano, si fanno le foto con noi'
- Dall'ossessione per l'efficienza alla fidelizzazione con la relazione anche in un processo di semplificazione della vita quotidiana

Ritorno al futuro: PicNic NL 2/2

- Test a Amersfoort (200.000 ab.): download in tutto il Paese
- Food ecommerce NL: 1% del mercato, noi 5% in ogni città dove abbiamo aperto
- 100 mln € di fondi e crescono del 5-10% alla settimana



Il successo old style: Harrods

- Più esperienza in-store
 - ✓ Le Promo sono sempre più corte
 - ✓ Abbiamo 27 ristoranti con 150 chef
 - ✓ Degustazione vino (potenziata) e sigari (new tech per conservarli e gustarli)
 - ✓ Master perfumers, con essenze personalizzate
 - ✓ Personal class con la make upper Kim
- Da 11 anni il loyalty e hanno l'84% di clienti fedeli
- Futuro
 - ✓ In 3 anni rifaremo tutto il pv. I fornai saranno nella hall
 - ✓ *I GM degli USA non dovrebbero essere sorpresi della loro crisi. Hanno 'viziato' i loro partner e i clienti e ora ne pagano le conseguenze ...*

Avere successo con gli uomini: Outfittery

- Need for personalization: box con outfits coordinati per l'uomo
- Camicia azzurra? Su Zalando 1.700+ opzioni. Incubo!
- Quando vai da etailer tu riparti da zero e ripeti tutto il processo: taglia, stile, ecc.
- 3 situazioni
 - ✓ BUY (so tutto) , FIND (richiesta in una categoria), DISCOVER (cerco un'idea)
- 60% dei clienti vogliono 'curated collection'
- I clienti si stupiscono che azzecciamo subito: siamo esperti
- WhatsApp service: si possono inviare foto di riviste come stimolo
- 70% del fatturato è mobile

Retail is detail: Outfittery

- Nel box
 - ✓ Istruzioni per provare i capi
 - Rilassati
 - Prendi una birra dal frigo
 - ...
 - ✓ Il personal stylist inserisce anche una nota scritta a mano
 - ✓ E ora inseriscono anche una birra nel box

I Millennial

- I Millennial sacrificano la privacy per la convenienza
- I clienti vogliono essere conosciuti e capiti. Il 52% dei Millennial preferiscono che il negozio sappia che cosa hanno fatto on-line
- Storeless generation? No, sono i negozi che devono cambiare pelle e anima per attirare e fidelizzare i Millennial (e non solo)
 - ✓ Apple: no store, ma Town Square
 - ✓ Rapha: no store, ma Club House
 - ✓ ... *in nomen omen*

... e i non Millennial?

- Si diceva: on-line ottimo per il 'buy', non per lo 'shop'.
Con il personal assistant si supera questo blocco
- Il riconoscimento visivo consente di inquadrare qualsiasi prodotto e ricevere informazioni senza neanche scattare la foto
- Il riconoscimento vocale consente di 'bypassare' la capacità di usare device con PC, cellulare, ecc...

Zig Zag Global: vincitore premio Start-Up ShopTalk

- 2014: nascita
- 304.000 £: tot. Finanziamento
- 25+ lingue
- Piattaforma B2B per aiutare gli etailers a gestire i resi quando spediscono all'estero
- Vantaggi
 - ✓ Retailer: risparmio costi sui resi
 - ✓ Clienti: rimborso più rapido
 - ✓ Merce: rientro più rapido nella supply chain



I team capaci di innovare

- Coraggiosi, non hanno paura di sbagliare
- La parola 'sbaglio' va bandita: dobbiamo essere focalizzati al risultato complessivo che naturalmente comprende anche degli sbagli
- Disciplina (H&M Germany)
- Obiettivo: oltre che Great Place to Work anche Great Place to Innovate (J. Lewis)
- *Rebecca Minkoff: un greeter (addetto all'accoglienza) esperto, appassionato, capace. 'Da quanto lavori? qui 3 settimane!!!'*

Attenzione: fantascienza nella preistoria?

- Esperienze personali dei Congress dell'ultimo anno
 - ✓ Lampada proiettore bruciato e blocco della presentazione per vari minuti
 - ✓ Slide più volte sbagliate
 - ✓ Video che non partivano
- Esperienza di negozi e mall importanti di recente apertura
 - ✓ Al primo forte acquazzone imbarcata acqua
- Ripartire dai fondamentali
 - ✓ Indagine campione di manager Retail
 - ✓ 44%: 2017 priorità migliorare i negozi fisici
- ... lasciando spazio alle 'innovazioni', anche quelle con la *I minuscola!*

Prime parole chiave

- Il digital che si umanizza
- Il negozio che si digitalizza
- Passione
- Persone
- ... (da definire insieme)