



TECHNORETAIL.IT

DATA: 15-11-2019

TIPOLOGIA: Testata di Information & Communication Technology

LINK: <https://www.technoretail.it/protagonisti/item/2810-antonella-atteno-illustra-la-solution-nielsen-smartstore-disegnare-i-negozi-del-futuro.html>

HOME NEWS VIDEO SOLUZIONI PDV SUPPLY CHAIN SHOPPING EXPERIENCE LOYALTY CASE HISTORY
PROTAGONISTI IMPRESE ADV NEWS ALTRO

SEGUICI SU   

Search...



Technoretail



ANTONELLA ATTENO ILLUSTRATA LA SOLUTION NIELSEN SMARTSTORE: DISEGNARE I NEGOZI DEL FUTURO

Nell'ambito delle sue numerose attività, Nielsen ha lanciato la solution SmartStore a supporto dello store design.

In occasione del recente *ASSIRM Marketing Research Forum 2019*, tenutosi a Milano, dal 29 al 30 Ottobre, ne abbiamo parlato con *Antonella Atteno, Consumer and Shopper Sales Leader di Nielsen Italy*.

Quali novità avete portato all'ASSIRM Marketing Research Forum di quest'anno?

Abbiamo deciso di legarci al tema di questa edizione, raccontando come **Nielsen** sta esplorando le nuove frontiere dello store design grazie a **Nielsen SmartStore**. Si tratta di una soluzione che permette di rispondere meglio alle esigenze degli acquirenti nel *"moment of truth"*, ovvero il momento in cui entrano in contatto diretto con l'azienda e con i loro prodotti all'interno del punto vendita, dando risposte cognitive, sensoriali ed emotive agli innumerevoli stimoli che ricevono nella "jungle" dello shopping.

In concreto, di cosa si tratta?

SmartStore consiste in una suite di tool e software in grado di creare una vera e propria immersione nella realtà virtuale, dando la possibilità all'industria e alla distribuzione di ponderare e ottimizzare la shopping experience dei consumatori, all'interno del punto vendita, in corsia e tra gli scaffali. Consente, infatti, di creare scenari diversi che supportano i clienti nella gestione dei loro prodotti nel punto di vendita, dando la possibilità di testare una serie di scelte relative all'esposizione, ai materiali di merchandising nell'intero punto vendita, non solo sugli scaffali. In questo modo, **SmartStore** è in grado di intercettare tutto ciò che gli acquirenti *"vedono, pensano, dicono e fanno"* durante la loro esperienza in una realtà virtuale immersiva e incredibilmente realistica.

Come cambia, dunque, il modo di fare ricerca?

La soluzione è stata progettata per trasformare radicalmente il modo in cui sono condotte le ricerche incentrate sullo shopper, aiutando le aziende a testare l'efficacia di diversi lay-out senza dover allestire scaffali e riorganizzare punti vendita fisici e, quindi, a definire la migliore strategia espositiva prima di eseguirla nei punti vendita. D'altronde, **la velocità e l'immediatezza del digital hanno ridefinito i parametri della shopping experience e del punto vendita**: il negozio deve cambiare geometrie, in quanto non è più soltanto un luogo di acquisto, ma anche un luogo che deve garantire esperienze, valore, servizio, intrattenimento per un consumatore sempre più esigente e infedele. Il punto vendita del futuro dovrà, dunque, sempre più assicurare risposte rapide e personalizzate che siano capaci di catturare l'attenzione in pochi secondi.