



L'ESPERIENZA DI WINS PER IL NEGOZIO DEL FUTURO

# NOVA S.p.A.



Parte del Gruppo Euronics – Retailer italiano leader nel settore Elettronica di Consumo – Nova S.p.A. nasce nel 1995 con i propri Punti Vendita nel Lazio.

Anni di successi portano ad una grande espansione extra regionale. Oggi Nova S.p.A. si presenta al suo pubblico con 39 Punti Vendita di grandi dimensioni in Lazio ed Lombardia.

## LE ESIGENZE CHE GENERANO LA RICERCA DI UN PARTNER AFFIDABILE

Trovare strumenti innovativi per il nuovo punto vendita di Milano: non un tradizionale negozio di elettronica, ma un **NEGOZIO DEL FUTURO** vero e proprio:

deve essere interamente **OMNICHANNEL, INTERCONNESSO E IN CONTINUO DIALOGO CON IL CLIENTE**

deve diventare **LUOGO DI INCONTRO FISICO E VIRTUALE**. In negozio, il cliente è seguito grazie all'assistenza di commessi preparati ed a device interattivi "intelligenti" a sua disposizione per soddisfare la naturale necessità di informazioni. A casa o in qualunque altro luogo, l'esperienza non viene interrotta. I device dei clienti vengono coinvolti e diventano parte attiva del customer journey di successo: **EVERYWHERE, EVERYTIME AND FROM ANY DEVICE** diventa un must

"La città di Milano ha accolto con grande entusiasmo quello che non definirei solo un negozio, ma un vero e proprio E-store, e ci sta regalando ogni giorno grandi soddisfazioni. Grazie alle soluzioni di Wins ed alla sua piattaforma MIA oggi possiamo dire che il negozio del futuro oggi esiste e si trova in corso XXII Marzo a Milano"

Valentina Caporicci, Marketing Manager di Nova S.p.A.

## LA PIATTAFORMA MIA A SUPPORTO DI NOVA

## I VANTAGGI ACQUISITI

**POSTAZIONI MIA:** totem interattivi a disposizione del cliente che aprono su un nuovo mondo. In completa autonomia il cliente può consultare l'intero catalogo prodotti Nova, vagliando e confrontando caratteristiche e funzionalità dei vari prodotti sul mercato procedendo all'acquisto dell'articolo che davvero desidera anche se il prodotto non è fisicamente presente in negozio.

LA CUSTOMER EXPERIENCE E' MIGLIORATA, riuscendo nell'intento di rendere il cliente l'assoluto protagonista nel suo customer journey

**MIA Tablet:** l'intero catalogo prodotti è consultabile anche dai tablet in dotazione ai commessi, che possono accompagnare il cliente che ne richiede l'intervento all'interno dei punti Vendita, mostrandone le caratteristiche e consigliando prodotti alternativi, o ricercando i prodotti desiderati attraverso le caratteristiche richieste dal cliente.

Il cliente si sente seguito e più propenso a seguire i consigli del commesso. LA CUSTOMER SATISFACTION MIGLIORA, IL CLIENTE RITORNA

**MIA Videowall:** ampi videowall sono stati posizionati all'interno del punto vendita. Completamente gestiti da MIA hanno un duplice obiettivo: mostrare ai clienti le promozioni in corso per incentivare l'acquisto e supportare l'addetto vendita mentre assiste il cliente. Con un semplice gesto il commesso dal suo MIA Tablet può proiettare sul videowall la scheda prodotto dei vari articoli a catalogo, mostrando le immagini o i video promozionali ad essi associati.

LA COMUNICAZIONE IN STORE E' EFFICACE, il cliente è più coinvolto

**MIA Label:** la smart label che in modalità "fissa" mostra la scheda tecnica, la disponibilità, i prezzi, le promozioni e le immagini/video del prodotto associato, mentre in uso mostra le schede prodotto degli articoli della stessa linea e dello stesso brand non presenti in negozio, aumentando quasi all'infinito la quantità dei prodotti disponibili.

LA DIGITALIZZAZIONE DEL NEGOZIO E' POSSIBILE, non è più un concetto astratto, è nel presente, è reale

**MIA Tattoo:** MIA si tatua sui device elettronici in vendita in negozio. Le informazioni sul prodotto ora possono essere mostrate direttamente sul prodotto a cui fanno riferimento, a disposizione dei clienti finali.

il cliente ha un duplice vantaggio: ha TUTTE LE INFORMAZIONI DI CUI HA BISOGNO a sua completa disposizione e TESTA IL DEVICE in funzione.

**MIA Locator:** grazie all'integrazione con le etichette elettroniche ora MIA può indicare al cliente l'esatta posizione dell'articolo prescelto all'interno del negozio.

IL CLIENTE NON SI SENTE DISORIENTATO in un Punto Vendita di grandi dimensioni

