

Contacts



Marco Grieco
*Mediterranean Consumer
Products and Retail Leader*
marco.grieco@it.ey.com
+39 348 5226941



Franco Di Rosa
*Branding and Communication
Services Leader*
franco.di.rosa@it.ey.com
+39 335 5622422



Federico De Poli
Phygital technology expert
federico.de.poli@it.ey.com
+39 3346912880



Carlo Perosino
Retail Design & Phygital Expert
carlo.perosino@it.ey.com
+39 392 9334167

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

EY

EY è leader mondiale nei servizi professionali di revisione e organizzazione contabile, assistenza fiscale e legale, transaction e consulenza. La nostra conoscenza e la qualità dei nostri servizi contribuiscono a costruire la fiducia nei mercati finanziari e nelle economie di tutto il mondo. I nostri professionisti si distinguono per la loro capacità di lavorare insieme per assistere i nostri stakeholder al raggiungimento dei loro obiettivi. Così facendo, svolgiamo un ruolo fondamentale nel costruire un mondo professionale migliore per le nostre persone, i nostri clienti e la comunità in cui operiamo.

“EY” indica l’organizzazione globale di cui fanno parte le Member Firm di Ernst & Young Global Limited, ciascuna delle quali è un’entità legale autonoma. Ernst & Young Global Limited, una “Private Company Limited by Guarantee” di diritto inglese, non presta servizi ai clienti. Per maggiori informazioni sulla nostra organizzazione visita ey.com.

© 2017 EY.
All Rights Reserved.

ED None

Questa pubblicazione contiene informazioni di sintesi ed è pertanto esclusivamente intesa a scopo orientativo; non intende essere sostitutiva di un approfondimento dettagliato o di una valutazione professionale. EYGM Limited o le altre member firm dell’organizzazione globale EY non assumono alcuna responsabilità per le perdite causate a chiunque in conseguenza di azioni od omissioni intraprese sulla base delle informazioni contenute nella presente pubblicazione. Per qualsiasi questione di carattere specifico, è opportuno consultarsi con un professionista competente della materia.

ey.com/IT

**EY Retail
Experience**

EY
Building a better
working world

I retailer di oggi hanno la necessità di migliorare le performance di negozio per perseguire una crescita «sana» e sostenibile



Aumentare il traffico all'interno dello store



Migliorare il fatturato generato per metro quadro



Ottimizzare il ritorno sugli investimenti digitali

Per raggiungere questi obiettivi, serve un'efficace strategia Digital Enablement volta a trasformare l'azienda e migliorarne le performance agendo su 4 leve specifiche

Communication

- ▶ Mobile apps
- ▶ Social media strategy & management
- ▶ SEO/SEM Optimization
- ▶ Ottimizzazione spesa marketing



Customer

- ▶ Customer insights
- ▶ Customer knowledge
- ▶ Omnichannel
- ▶ Chatbot
- ▶ In-store technologies
- ▶ Loyalty programs



Digital Enablement

Process & Operations

- ▶ Supply Chain Optimization
- ▶ Product traceability
- ▶ HR Digitalization
- ▶ Advanced Analytics
- ▶ Innovation platform
- ▶ Fabbrica 4.0

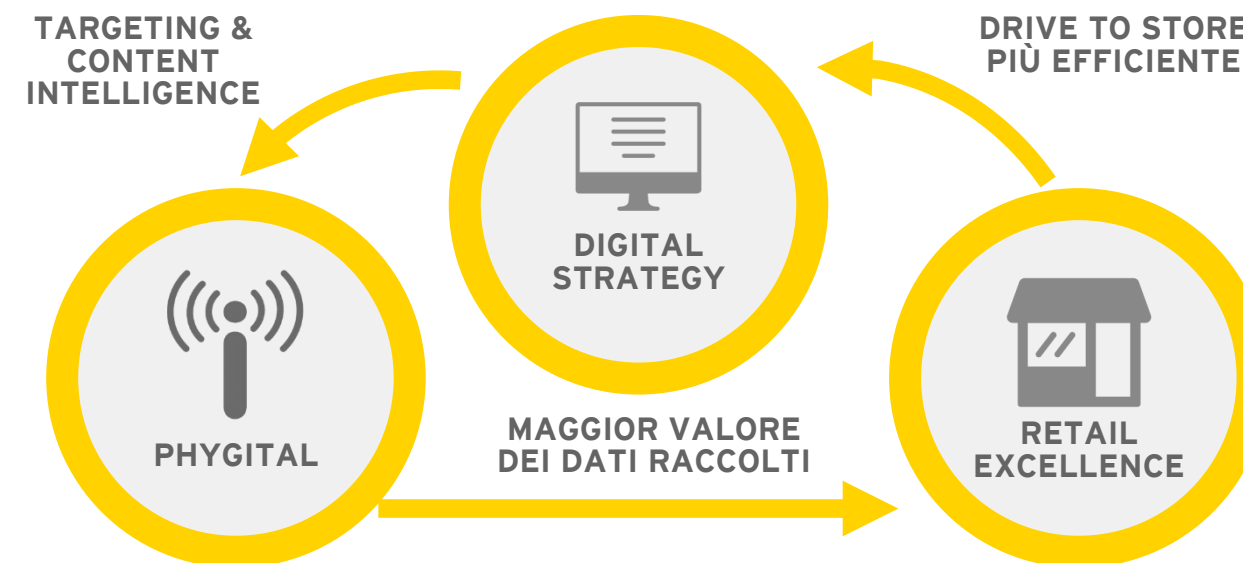


Organization & Culture

- ▶ Strumenti di produttività
- ▶ Digital workplace
- ▶ HR assessment and transformation



EY propone un approccio alla Retail Experience basato su tre punti fondamentali, che se attivati contemporaneamente possono generare grandi sinergie



Phygital

Forniamo una soluzione in grado di **identificare il comportamento del consumatore** e di **raccogliere informazioni "anonime e intelligenti"** consultabile dall'utente su una dashboard. Grazie ai dati è possibile avere **informazioni sulle performance di store**, **attivare strategie** e **correggere o modificare parametri** nella customer journey dello store per migliorarne le performance.

Retail Excellence

Aiutiamo i nostri clienti ad **ottimizzare le performance dei negozi** sfruttando le potenzialità dei dati raccolti tramite la soluzione Phygital, ed **influenzando l'Execution di negozio** agendo sulle diverse leve della «Retail Excellence» grazie a decisioni supportate dalle **evidenze quantitative**.



Digital Strategy

Supportiamo le aziende nel **soddisfare le nuove esigenze dei consumatori**, facendo leva sui **modelli operativi** e sulle **tecnologie emergenti** e definendo la **strategia digitale** dei prossimi anni ed un **action plan a 360°** per la sua implementazione sui diversi touchpoints. Sfruttiamo tutti i dati forniti dalla rete per **mappare al meglio il consumatore** ed identificare le modalità migliori per **aumentarne la conversione**.

