



Cloud4Wi

Si prega di compilare la scheda rispettando il limite massimo di 5000 caratteri, spazi inclusi

Descrizione della problematica o del bisogno nell'azienda o pubblica amministrazione utente.

La digital disruption è quel fenomeno che negli ultimi anni ha letteralmente sconvolto la filiera tradizionale di varie industrie, in ultima analisi ridefinendo il nostro stesso life style. Non si tratta di difendersi dal vortice digitale, piuttosto di attrezzarsi adeguatamente a gestirlo e guidarlo per sviluppare business su scala globale. Il retailer – al netto del divario tra realtà e percezione di una presunta apocalisse – è uno dei campi principali di battaglia su cui si gioca la partita all'ultimo cliente. È tempo per il retailer di abbracciare una trasformazione digitale per continuare ad essere protagonista, mettendo il cliente al centro dell'attenzione nel modo più adeguato. Nell'era del digitale, infatti, il brand stesso è una condizione necessaria ma non più sufficiente; piuttosto è fondamentale saper offrire un'esperienza, interagendo con ciascun cliente in maniera personalizzata e coerente attraverso tutti i possibili punti di contatto. Ciò significa adottare una visione olistica – a 360 gradi – dei clienti. Mentre online è più facile per i retailer conoscere i propri clienti, nel negozio fisico diventa più complesso.

I customer insight rappresentano un valido strumento per colmare il divario tra il negozio online e il negozio fisico. Con i customer insight, infatti, i brand possono dare voce ai propri clienti con un canale di comunicazione diretta e personalizzata, raccogliendo in piena conformità al GDPR feedback e informazioni dettagliate. Grazie a questa profonda conoscenza, i retailer possono così creare customer experience più personalizzate e rilevanti, trasformando i visitatori da ignoti a clienti noti, da fidelizzati a brand ambassador.

Con questa consapevolezza, PerDormire ha deciso di implementare i customer insight nei propri punti vendita (oltre 110) sparsi in tutta Italia.

Descrizione della soluzione tecnologica (tecnologie usate, architettura, ecc.).

PerDormire ha individuato in Cloud4Wi la soluzione tecnologica in grado di rispondere perfettamente al principio di trasformazione digitale per mettere il cliente al centro dell'attività. Cloud4Wi è, infatti, un'applicazione invisibile essendo un *software as a service* (SaaS), che si integra facilmente con qualsiasi infrastruttura di rete e con i sistemi di CRM e marketing automation, per creare un ecosistema di connessioni unificate il cui protagonista è per l'appunto il cliente. La soluzione tecnologica scelta consta principalmente di tre servizi:



- **“CONNECT”**: I clienti che visitano i negozi di PerDormire possono sottoscrivere il programma di rewarding in maniera semplice e veloce attraverso un portale di benvenuto. In tal modo, PerDormire può raccogliere i dati personali dei propri clienti (nome, numero di telefono, email, età e sesso) e le relative preferenze in conformità alla normativa GDPR.
- **“PREDICT”**: Per i clienti che abbiano dato precedentemente il consenso, PerDormire può capire le caratteristiche comportamentali offline (come i negozi visitati, la data di ogni visita e la relativa durata) e predire i percorsi di acquisto futuri.
- **“ACT”**: Integrando i dati così ottenuti con quelli raccolti attraverso altre sorgenti, PerDormire può costruire un profilo aggiornato di ogni cliente, includendo le relative preferenze e abitudini di acquisto online e offline. Grazie a questa visione a 360 di ciascun cliente, PerDormire può personalizzare la customer experience in uno scenario di omnicanalità.

Descrizione del progetto di implementazione - complessità, tempi, aspetti organizzativi, costi, ecc.

Per semplificare la complessità intrinseca al progetto, PerDormire ha deciso di adottare un approccio step-by-step: promuovere il programma di rewarding in negozio (Fase 1); creare un profilo a 360 gradi di ogni singolo cliente (Fase 2); offrire un’esperienza personalizzata per ciascun cliente sia nel negozio fisico sia nel negozio online (Fase 3). PerDormire, inoltre, ha deciso di realizzare un pilota volto ad individuare gli elementi vincenti della propria strategia.

Descrizione dei principali benefici raggiunti dall’azienda o pubblica amministrazione utente.

Il progetto di customer insight è parte di un progetto più ampio, volto a ridisegnare le strategie aziendali in un’ottica di omnicanalità con il fine ultimo di personalizzare l’esperienza di ogni singolo cliente. Questo è possibile grazie ad una maggiore conoscenza del cliente. I customer insight, infatti, permettono a PerDormire di creare una relazione diretta con i propri clienti che visitano i negozi fisici e, di conseguenza, capire le relative preferenze e abitudini di acquisto: elementi chiave che consentono a PerDormire di creare un’esperienza di acquisto rilevante e specifica per ogni cliente. Nel progetto pilota, sono stati coinvolti 8 negozi e i risultati ottenuti sono stati sorprendenti. In solo 2 settimane, oltre 60 sono i clienti che si sono registrati al programma di rewarding. Di questi, l’81% ha fatto l’opt-in alle comunicazioni promozionali. L’82% delle email contenenti il coupon è stato letto e il 53% dei coupon inviati è stato riscattato.



Descrizione degli elementi distintivi e di reale innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento a soluzioni «concorrenti».

La soluzione tecnologica scelta è CUSTOMER-CENTRIC, in quanto pone il cliente al centro dei servizi semplici e personalizzati per rendere il suo percorso di acquisto quanto più agevole e fluido possibile; OLISTICA, in quanto è di supporto all'omnicanalità del cliente; SICURA, in quanto opera nel pieno rispetto della privacy dei clienti; APERTA, in quanto permette di connettere facilmente il negozio fisico e il negozio online.