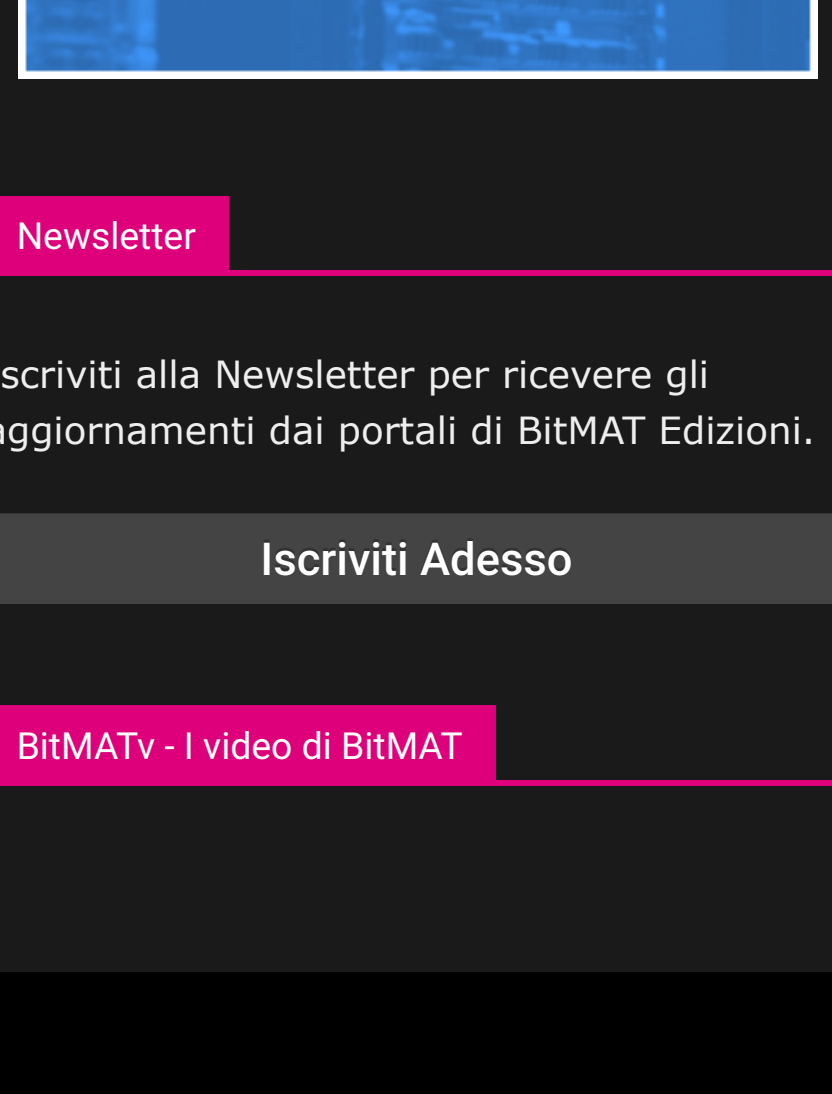


Home > News > Smau Milano: tutte le opportunità del digitale

# Smau Milano: tutte le opportunità del digitale

Da Redazione BITMAT - 05/10/2018



Newsletter Iscriviti alla Newsletter per ricevere gli aggiornamenti dai portali di BITMAT Edizioni.

Iscriviti Adesso

BITMATV - I video di BITMAT

TTG 1° OTTOBRE 2018 Redazione - 01/10/2018

FORUM MECCATRONICA, APPUNTAMENTO A TORINO 21/09/2018

TTG 15 SETTEMBRE 2018 15/09/2018

ITG 10 SETTEMBRE 2018 10/09/2018

CONSERVAZIONE SOSTITUTIVA 06/09/2018

I più letti



Mobile

Digital Communication

11. Come costruire il Personal Branding Redazione BITMAT - 23/04/2018

10. Comunicare nell'Era Digitale - Gli Influencer Redazione BITMAT - 16/04/2018

8. Comunicare nell'Era Digitale - Gli Influencer Redazione BITMAT - 09/04/2018

Quest'anno **Smau Milano**, in programma a Fieramilanocity dal 23 al 25 ottobre, darà ampio spazio alle tematiche relative al settore commercio e turismo: grandi player e startup da tutta Italia presenteranno nuove idee e soluzioni per rispondere alle esigenze di sviluppo dei retailer e degli operatori. Smau è però come sempre anche un momento di formazione: sono molti gli workshop in programma per approfondire queste tematiche.

Le tecnologie digitali stanno rivoluzionando il settore commercio e turismo, costituendo sempre più spesso il primo contatto fra il cliente e il prodotto o servizio offerto, anche grazie a campagne di **digital marketing** ben costruite. Il mondo dell'e-commerce in questi anni ha sfoggiato tassi di crescita a doppia cifra: **Netcomm**, associazione che riunisce 340 player del settore in Italia, ha stimato che in tutto il 2018 gli acquisti digitali ammontarono a 2.842 miliardi di dollari in tutto il mondo, con la stima di raddoppiare il volume entro il 2021.

Un fenomeno inarrestabile che i retailer italiani devono imparare a dominare e non subire per recuperare il ritardo. Ancora Netcomm, infatti, ha calcolato che il commercio elettronico partecipa al Pil inglese con l'8%, a quello cinese con il 5,8%, al tedesco con 2,5%, sales spagnolo con il 2,7%, mentre a quello italiano con solo il 1,6%. Come è inarrestabile la diffusione delle soluzioni digital pay che stanno mandando in pensione bancomat e carte di credito. Una crescita che si sta affermando anche in una realtà come quella italiana, tradizionalmente legata all'uso dei contanti.

SisalPay, PAYPLUG, Nexi: le nuove frontiere del digital payment

È di settembre il lancio di **Bill**, il nuovo sistema di pagamento digitale nato in casa **SisalPay** che punta a diventare il "portafoglio" virtuale di tutti gli italiani e che a Smau Milano sarà presentata approfonditamente. Sicuro, comodo e veloce, Bill è il wallet digitale più conveniente del mercato, che consente di effettuare direttamente dallo smartphone i pagamenti di tutti i giorni e di trasferire denaro con i propri contatti. Con Bill, SisalPay è pronta a indirizzare l'evoluzione del settore dei pagamenti digitali e, attraverso la ricarica in contanti, a proporre il primo modello di proximity banking in Italia.

A Smau, SisalPay presenterà anche **EasyCassa**, un sistema evoluto di registratore di cassa capace di offrire agli esercenti - a partire dai 40.000 punti vendita SisalPay - una soluzione in grado di integrare qualsiasi servizio a valore aggiunto, tra cui i pagamenti digitali.

Payplug, invece, offre la prima soluzione di pagamento online al 100% pensata per le PMI con l'obiettivo di semplificare l'e-commerce sia per i retailer che per i clienti. Fra le funzionalità offerte, ogni azienda ha una pagina di pagamento integrata e personalizzata, un sistema di 3-D Secure intelligente che si attiva solamente in caso di rischio, e l'opzione di salvataggio dei dati della carta per permettere ai clienti ricorrenti di ordinare in un solo click.

Sarà disponibile proprio a ottobre il nuovo **SmartPOS** sviluppato da **Nexi**, che è anche un caso di successo presentato nell'ambito del Premio Innovazione Smau. SmartPOS è un nuovo POS per i pagamenti digitali basato su tecnologia Android e in grado di accettare qualsiasi tipo di pagamento. Questo strumento consente agli esercenti di semplificare la gestione dell'attività commerciale e offre servizi grazie a più di 100 app integrate.

## QVC: un servizio multiplatforma per le piccole e medie imprese top quality

A Smau sarà presente QVC, il retailer multimediale dello shopping e intrattenimento, per incontrare startup innovative da inserire nel programma **QVC Next**, il piano di accelerazione che sostiene le aziende italiane. QVC, infatti, in sinergia con alcuni partner dell'ecosistema innovazione, selezione su tutto il territorio nazionale imprese italiane appena nate, piccole e medie, che sviluppano prodotti innovativi e di qualità. Un team dedicato valuta ogni singolo progetto imprenditoriale secondo le sue potenzialità e specificità. I prodotti ritenuti maturi e validi vengono acquistati da QVC e venduti all'interno di spazi dedicati sulle piattaforme QVC, nei quali innovatori emergenti possono presentarsi e raccontare l'iter di crescita. Le start up, una volta selezionate, hanno la possibilità di usufruire del sito, dei social network e delle iniziative speciali create ad hoc. La multicanalità di QVC è in grado di lanciarle in modo efficace, garantendo visibilità su tutto il territorio nazionale. QVC è sul Digitale Terrestre, tivùsat (canale 32), tivùsat HD (canale 132), Sky e Sky HD (canale 475) e sul **web**.

## Il ruolo dei big data per un digital marketing sempre più incisivo

**Il digital marketing è un tassello fondamentale della strategia di comunicazione per ampliare il proprio pubblico e, quindi, raggiungere potenziali clienti. L'utilizzo e l'analisi dei Big Data consente alle imprese e agli enti di costruire in modo sempre più incisivo le campagne, rendendole più efficaci e aumentando il ritorno di investimento.**

A Smau l'artificial intelligence company **iGenius** presenta **Crystal.ai**, il primo advisor virtuale per la business intelligence personalizzabile con qualsiasi tipo di dati (CRM, sales, marketing, IoT e operations, per menzionarne alcuni) per interpretare e rendere disponibili questi ultimi tramite linguaggio naturale, semplificandone al massimo l'accesso per chiunque operi in azienda. E' dedicata al mondo del retail e della ristorazione Vivaldi la piattaforma di Intelligenza Artificiale per la Robotica Sociale presentata da Omitech. I robot infatti sono studiati per offrire assistenza, alla vendita oppure supporto nel ricevimento dei clienti di un albergo o di un ufficio pubblico, interagendo in modo naturale con i clienti e rispondendo correttamente alle loro richieste.

Poi, ci sarà l'esperienza di **K BRAND**, software house lombarda principalmente orientata al mercato B2B con una forte predisposizione alla realizzazione di progetti legati alla semplificazione e gestione dei processi aziendali e al trattamento e raccolta dei Big Data. K BRAND realizza internamente piattaforme, app, web application e sistemi di data integration: la collaborazione in Open Innovation con **IMA Italia** è valse il Premio Innovazione Smau 2017.

**SendinBlue**, invece, presenta la propria innovativa soluzione di marketing relazionale che permette di creare, automatizzare e gestire l'invio di campagne email, email transazionali ed SMS. SendinBlue, che offre un piano gratuito con tutte le funzionalità incluse fino a 9000 email mensili, aiuta già ogni giorno più di 25.000 aziende ed organizzazioni nel mondo.

Fra le startup presenti a Smau che operano nel settore del digital marketing, segnaliamo Leevia (Trento), la prima piattaforma italiana che consente di creare contest online legali senza la necessità di saper programmare. Poi Touchware (Aosta), che offre soluzioni di software e app (digital marketing, gestione workflow, incentivazione rivenditori etc) personalizzate per l'azienda impegnata nella digital transformation nella fase di interazione con gli utenti finali. Nelle Marche dalla collaborazione tra Olivia Monteforte, Massimiliano Camillicci e Federico Brociani, nasce il progetto "360° Storytelling": l'obiettivo è raccontare i processi produttivi artigianali con una storia video-narrata attraverso l'ausilio di tecnologie a 360°, telecamere e visore di Realtà Virtuale, permettendo così ai potenziali clienti di entrare nel cuore di un'azienda manifatturiera o artigianale. Local living (Cosenza) ha realizzato due app: Localiving e Localiving for Business, basate sulla geolocalizzazione degli utenti e degli esercenti e prevedono al loro interno l'utilizzo di una chat. La mission dell'azienda è quella di stravolgere il marketing locale delle piccole imprese e renderlo accessibile, facile e low cost. Infine, la startup napoletana Postino.social intende affermarsi fra le piattaforme utili a gestire più account social: non è necessario scaricare o installare nessuna app o programma. Gli utenti, una volta registrati al portale e collegati i loro account social, possono selezionare ed importare i loro contenuti da pc, Google Drive e Dropbox.

## Una buona customer experience aumenta i clienti e genera fatturato

Sono molte, diverse, e personalizzabili per ogni esigenza le idee presenti a Smau, che retailer e operatori turistici possono mettere in pratica per aumentare la propria platea di clienti. Partendo da un esempio concreto: Natuzzi, la più grande azienda italiana nel settore dell'arredamento, ha fatto squadra con Hevolus, per sviluppare Natuzzi Photoplanner, l'innovativo servizio dedicato ai clienti. Basta scattare una foto dell'ambiente domestico da arredare per recarsi nello store Natuzzi e vivere la propria emozionante esperienza di Mixed Reality: indossati i visori di realtà mista, il cliente potrà "visitare" la propria casa, scegliendo i modelli d'arredo, provandone colori e materiali, e sperimentandone la disposizione nell'ambiente.

Oppure Carrefour, che ha deciso di utilizzare la tecnologia blockchain nella tracciabilità degli alimenti, primo operatore della GDO a farlo in Italia. Carrefour sarà quindi in grado di rendere trasparente e consultabile per i clienti la filiera dei prodotti agroalimentari: si parte nell'autunno 2018 con la filiera avicola, per poi portare la tecnologia anche in quella degli agrumi a marchio proprio e proseguire nel 2019.

Fra le startup segnaliamo Hooro (Imola), che propone soluzioni digitali per migliorare la gestione dei negozi. Hooro raccoglie dati in tempo reale dai consumatori nel negozio fisico e prima del check out elaborandoli con algoritmi di Machine Learning, generando metriche sia per il retailer che per il consumatore. Ne derivano l'aumento della redditività dello scaffale, l'ottimizzazione delle attività di rifornimento dei prodotti a scaffale, un maggiore coinvolgimento del consumatore durante la spesa e il pagamento in-app. Emjoblab (Ancona), invece, propone soluzioni tecnologiche HW/SW non-invasive che, con il sistema di Emotional Analytics e Intelligence, abilitano una connessione empatica con il cliente per ottimizzare il tasso di conversione ed aumentare le vendite sia online (app e e-commerce) che in store. Ubisive (Macerata), infine, utilizza soluzioni di mobile e pervasive computing per creare app di gestione e marketing su tutte le piattaforme e sistemi di interconnettività fra utente e ambiente, come esperimenti di realtà immersiva e sistemi di omnicanalità.

## Come il digitale trasforma l'offerta turistica, anche in senso social

Già collabora con l'agenzia di promozione turistica del Trentino Digital Mosaik, realtà specializzata nella creazione di video VR e degli strumenti di marketing per il loro diffusione. Il loro obiettivo è trasformare lo storytelling in storyliving. Trentino VR - Virtual Reality è il primo catalogo virtuale ed esperienziale di un intero territorio: facendo uso di uno smartphone e di un piccolo visore di cartone (il Cardboard Trentino VR) ogni persona può essere trasportata direttamente sul territorio, nel mezzo dell'azione, e resa protagonista di una storia che si sviluppa a 360 gradi, intorno a lei. È di Eboli, invece, Trimmetoo, startup innovativa sociale che opera nel settore turistico e che, grazie all'innovazione tecnologica, favorisce la personalizzazione dei servizi e il superamento dell'offerta turistica standardizzata.

Trimmetoo consente agli operatori turistici di valorizzare i loro servizi comunicando informazioni sull'accessibilità e intercettare anche i viaggiatori (compresi disabili motori, anziani etc.) che, a causa della carenza di informazioni dettagliate, hanno difficoltà ad organizzare la propria vacanza. Di accessibilità si occupa anche la bolognese IT Cares, che ha realizzato PharoArt, applicazione dedicata al mondo dell'arte: musei, gallerie, biblioteche, teatri, parchi archeologici, monumenti possono essere visitati con audioguide 2.0, smart e accessibili con numerose funzionalità. Avere l'app pronta per una nuova mostra o disponibile per altre lingue richiede pochissimo tempo. L'interazione smart, poi, permette agli utenti di ricevere notifiche per le opere di interesse più vicine o di passeggiare con il proprio dispositivo in tasca e, tramite il controllo auricolare, ascoltare l'audiodescrizione di ciò che hanno vicino senza distogliere l'attenzione.

Da Caserta, arriva invece Toonardo, un sistema di prenotazione di attività sportive all'aperto, dal trekking all'arrampicata, al pilates o la yoga, guidate da coach professionisti. La trentina Ecobnb si occupa invece di promuovere il Turismo Sostenibile, incentivando modi di viaggiare rispettosi della natura, dei luoghi e delle persone. Ecobnb propone soggiorni regalo eco-friendly in oltre 3000 destinazioni in Italia e nel mondo: agriturismi biologici, bio hotel, glamping immersi nella natura, alberghi diffusi e bed & breakfast a zero emissioni.

Di promozione e autopromozione del territorio si occupa, poi, Hearth (Avellino): la piattaforma digitale offre vari tool di self publishing e consente a enti pubblici e a imprese di promuoversi (es. eventi, attività, luoghi di interesse etc), mentre tramite geolocalizzazione l'utente finale può scoprire cosa c'è da "fare" o "vedere" attorno a lui. Un'idea che unisce cultura e risparmio è, infine, quella di Mycircle, startup di Napoli che si configura come community di acquisti di gruppo per vivere eventi culturali ed esperienze con nuovi amici e godere di incredibili sconti. Il business model è simile a un'agenzia di viaggio: la piattaforma trattiene una commissione su ogni biglietto acquistato in base agli accordi con le singole strutture partner (parchi a tema, musei, etc).

Un'esperienza pubblica da sottolineare è quella del Trentino attraverso il progetto Bikeconomy, che coinvolge tutti attori del territorio con l'obiettivo di offrire ai visitatori, ma anche agli stessi trentini come primi fruitori, un'offerta cicloturistica integrata e sicura. Si parte dalle infrastrutture: il Trentino ha 410 chilometri di piste ciclabili, 500 itinerari, 23 grandi salite per la mountain bike, 8 bike park e 14 bicigrill. Poi i servizi di mobilità integrata: il "Bicibus Trek", l'autobus che traghetta i ciclisti e il loro mezzo da una località turistica all'altra, oppure "Evvai E-bike", il programma provinciale per il noleggio e la ricarica delle bici a pedalata assistita. Infine, l'investimento nella ricerca e sviluppo di soluzioni tecnologiche e innovative per il miglioramento delle performance e della sicurezza dei ciclisti, concretizzato in SPIN Lab: il primo acceleratore industriale per startup sportive del continente europeo, nato in Progetto Manifattura dalla collaborazione tra Trentino Sviluppo, l'Università degli studi di Trento e la fondazione israeliana Hype.

## La formazione firmata SMAU dedicata ai temi del commercio e turismo

Nel calendario dei 300 workshop che caratterizzeranno l'offerta di formazione a Smau Milano, ampio spazio sarà dedicato al settore commercio&turismo con incontri, anche dal taglio molto pratico, che approfondiranno molti temi legati alle nuove strategie di digital marketing ma non solo. Si spiegherà, ad esempio, come vendere su Amazon e quali errori evitare, come funzionano i sistemi di raccomandazione e come utilizzarli al meglio nella propria strategia di e-commerce, come sfruttare al meglio le tecnologie per creare una customer journey efficace nel proprio e-commerce, le strategie per posizionare il food come trainer per il turismo etc.

Appuntamento quindi dal 23 al 25 ottobre a Smau per incontrare i partner più adatti, scoprire i segreti e conoscere le esperienze di innovazione di imprese italiane e internazionali e fare innovazione nel mondo del commercio e del turismo.

Per **iscriverti** a Smau Milano e partecipare a tutti gli eventi in programma, **clicca qui**

TAGS e-commerce Retail Smau Milano turismo

Articolo precedente **Umberto Basso** nuovo Chief Digital Officer di WPP Italia

Prossimo articolo **Quanto valgono i passaporti sul dark web?**

Redazione BitMAT https://www.bitmat.it/ BitMAT Edizioni è una casa editrice che ha sede a Milano con una copertura a 360° per quanto riguarda la comunicazione rivolta agli specialisti dell'Information & Communication Technology.

Articoli correlati Di più dello stesso autore

The Touchpoint Evolution: consumatori italiani sempre più multicanale Commanders Act e Deutsche Post AG convertono i clienti online Assintel Report 2019: tutto sull'evoluzione digitale

< >

NAVIGAZIONE | ARTICOLI PIÙ LETTI | CATEGORIE PIÙ LETTE

Table with 2 columns: Category (News, Tecnologia, Internet, Mercati, Nomine, App, Device, Rubriche, .ing, FinanceTech) and Count (11942, 4216, 3124, 3105, 2720, 2468, 2152, 1845, 1547)

CHI SIAMO | SEGUICI

BITMAT logo and social media icons (Facebook, Google+, RSS, Twitter, YouTube)

BitMAT Edizioni è una casa editrice che ha sede a Milano con una copertura a 360° per quanto riguarda la comunicazione online ed offline rivolta agli specialisti dell'Information & Communication Technology.

Contactati: redazione.bitmat@bitmat.it