

FASHIONABLE WORLD: DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE IN THE OMNICHANNEL WORLD

[Leggi più tardi](#)


di Redazione BitMat

L'evento dedicato alle aziende del Fashion & Luxury ha l'obiettivo di condurre i partecipanti a ragionare in modo customer centric.

brand awareness, Customer centric, digital customer experience
Fashion & Luxury, FashionAble World, omnicanalità

12/4/2016

La rivoluzione degli smartphone ha fatto sì che la prima interazione che i consumatori hanno con i brand del Fashion & Luxury sia sempre più spesso digitale: l'esperienza online deve essere dunque coerente con i prodotti e la mission del brand, con l'immagine e le caratteristiche convogliati negli store fisici, ottimizzata e rapida, soprattutto per il mobile. Rendere facile e piacevole l'azione con cui il consumatore entra in contatto con il brand è la chiave per soddisfare i propri clienti e trovarne di nuovi in uno scenario sempre più competitivo.

Ne è consapevole Venistar che ha incentrato l'edizione 2016 di FashionAble World proprio sul tema della "Digital Customer Experience in the Omnichannel World". L'evento dedicato alle aziende del Fashion & Luxury, che si terrà il 19 maggio nella prestigiosa cornice di Palazzo Castellani di Sermeti a Verona, ha l'obiettivo di condurre i partecipanti a ragionare in modo customer centric, per ascoltare maggiormente i desideri del consumatore e guidarlo attraverso i diversi media, passando così da una logica di informazione a una di interazione bidirezionale attraverso i diversi canali disponibili per rafforzare la brand awareness. Lo scopo ultimo è quello di raggiungere gli utenti là dove vogliono essere raggiunti con un livello di personalizzazione dell'esperienza e delle informazioni mai raggiunto prima.

In questo scenario, la tecnologia offre un indispensabile supporto per migliorare e rafforzare una Customer Experience volta a diminuire la competizione, ad aumentare il tasso di retention/engagement e a puntare ad una loyalty di lungo periodo. Grazie al contributo di importanti Partner nazionali e internazionali come Oracle, Retail Pro, Infor, iVend Retail, Cad It, Crea Solution e Digital Enterprise Lab (Fondazione Cà Foscari, Venezia) verranno evidenziati i diversi punti di contatto tra l'azienda e i suoi clienti oltre alle azioni possibili, alle metriche, agli indicatori necessari e alle tecnologie più innovative per una Digital Customer Experience di successo. Importanti Brand del Made in Italy come Borbonese e Lotto Sport Italia illustreranno le rispettive esperienze sui diversi modi di affrontare le spinte di trasformazione imposte dall'evoluzione tecnologica, per "vincere" l'attenzione di un consumatore sempre più digitale ed esigente e di attrarlo non solo online, ma anche nel punto fisico di vendita.

La Tavola Rotonda che chiuderà l'evento, moderata da Silvia Vianello, SDA Bocconi Professor, tratterà il tema del viaggio del Cliente nell'era digitale, su cui si confronteranno Imprenditori, Retail Manager e Digital Strategist di importanti Brand del Fashion & Luxury al fine di mettere in luce come sia fondamentale costruire delle relazioni proficue con il consumatore, che cominciano ancora prima dell'acquisto e si estendono ben oltre questo momento, per trarre il massimo valore da ogni singolo cliente e quindi per accrescere la redditività complessiva del Brand. Omnichannel, digital customer experience e centralità del cliente sono le parole chiave per il fashion system del futuro. E il futuro (digitale) è adesso: impariamo a guidarlo con successo.