

[Indice](#)[Creazione del business case](#)[Vantaggi delle best practice](#)[Scelta della configurazione PSS](#)[Mobilizzazione e motivazione dei dipendenti](#)[Massimizzazione dell'adozione da parte dei clienti](#)[Vantaggi delle ottimizzazioni PSS](#)[Utilizzo della tecnologia PSS da parte dei clienti](#)[Servizi di supporto alla tecnologia PSS](#)[Organizzazione del negozio pilota](#)[Guida introduttiva](#)

BarWare



ZEBRA



GUIDA ALLA TECNOLOGIA DI SCANSIONE DURANTE L'ACQUISTO

Questa guida illustra in 10 passaggi le procedure di implementazione della tecnologia PSS, la soluzione Zebra di scansione durante l'acquisto. Include consigli pratici per incrementare incassi, fidelizzazione, affluenza e soddisfazione nei vostri negozi.



BarWare



BENVENUTI NELLA GUIDA IN 10 PASSAGGI ALLA TECNOLOGIA PSS

La soluzione di personal shopping (Personal Shopping Solution, PSS) Zebra è la tecnologia di scansione durante l'acquisto leader nel settore, distribuita in più di 3.000 negozi in tutto il mondo. È la risposta migliore alle principali sfide che i retailer di oggi devono affrontare:

- **Crescenti aspettative dei clienti** a favore di un'esperienza di acquisto più rapida e semplice.
- **Incremento della competitività** da parte di operatori del settore digitale e discount.
- **Scarse possibilità di analizzare** le preferenze dei singoli consumatori.

PSS combina hardware, software e servizi, offrendovi nuovi metodi per migliorare sia l'esperienza del cliente sia la redditività dell'investimento (ROI) per il marchio.

Questa Guida introduttiva illustra le potenzialità della tecnologia PSS a disposizione della vostra attività e le modalità per ottimizzarla.

All'interno troverete dieci passaggi pratici e alcune importanti considerazioni basate sulla profonda esperienza acquisita da Zebra nel settore, che vi aiuteranno a implementare al meglio la tecnologia PSS:

- | | |
|--|---|
| 1. Come creare il business case > | 6. Come usufruire delle ottimizzazioni PSS > |
| 2. Come trarre vantaggio dalle best practice > | 7. Come incrementare l'utilizzo della tecnologia PSS da parte dei clienti > |
| 3. Come scegliere la configurazione PSS ideale > | 8. Come ottenere supporto di progettazione, realizzazione e manutenzione della tecnologia PSS > |
| 4. Come mobilitare e motivare i dipendenti > | 9. Come organizzare il negozio pilota > |
| 5. Come massimizzare l'adozione da parte dei clienti > | 10. Come iniziare > |



BarWare



ZEBRA



COME CREARE IL BUSINESS CASE

Dalla ricerca Zebra risulta che quasi due terzi (64%) dei clienti desiderano un'esperienza di acquisto migliore.

All'interno dell'azienda è possibile che alcuni, pur apprezzando i vantaggi dell'hardware di scansione self-service, non conoscano gli ulteriori vantaggi offerti dalla tecnologia PSS pienamente integrata. Una semplice rappresentazione grafica del valore aggiunto derivante dalla combinazione di hardware, software e servizi dovrebbe essere sufficiente a persuaderli.



Aspetti chiave: il livello di redditività dell'investimento derivante dalla tecnologia PSS dipende direttamente dalle modalità di implementazione, commercializzazione e adozione da parte dei consumatori. Per questo è così importante imparare dalle best practice, scegliere la configurazione PSS adatta ai propri negozi e garantire il successo del negozio pilota.



FIDELIZZAZIONE

+1 visita/mese

Aumento dell'affluenza comprovato, con una media di una visita al mese



ESPERIENZA DEL CLIENTE

60%

I clienti PSS dichiarano di sentirsi più soddisfatti e "trattati come VIP"



VOLUME CARRELLO

7-14%

Aumento medio della spesa totale



RAPPORTI MIGLIORI

1-2-1

Maggiore interazione tra il negozio e la clientela mediante sconti personalizzati, consulenze e ricette consigliate



RIDUZIONE DEI COSTI

1 contro 5

Un'unica procedura di pagamento PSS sostituisce cinque pagamenti convenzionali, il che permette di abbattere i costi e liberare il personale, che può essere ricollocato all'interno del negozio



BarWare



COME TRARRE VANTAGGIO DALLE BEST PRACTICE

Un retailer che intenda implementare al meglio la tecnologia PSS può aspettarsi un incremento medio degli acquisti da parte dei clienti compreso tra il 7 e il 14%. Ciò richiede una pianificazione ponderata, impegno da parte dell'azienda e attenzione verso i clienti che utilizzeranno la soluzione.

L'impegno assunto da Zebra in termini di implementazione della tecnologia PSS in tutto il mondo suggerisce che i retailer che si attengono alle best practice hanno maggiori probabilità di realizzare un progetto ben controllato e a basso rischio. Ecco alcuni esempi:

- **Analisi di tutte le aree** in cui la tecnologia PSS potrebbe aggiungere valore all'esperienza d'acquisto del marchio, prima di decidere come configurare la vostra versione di PSS.
- **Documentazione** della strategia di implementazione, incluso il lancio pilota, per illustrare chiaramente le singole fasi a tutte le persone interessate.
- **Formazione** di un project team dotato di tutte le competenze necessarie per la preparazione del piano, incluso personale tecnico, operativo e addetto al marketing.
- **Accordo preliminare sugli obiettivi principali** e sui KPI (indicatori chiave di prestazioni), per utilizzarli come riferimenti durante il progetto.
- **Iniziare con un'implementazione semplificata** per poi aggiungere gradualmente migliorie ai servizi (quali pagamenti elettronici tramite smartphone o mappe di localizzazione dei prodotti).



BarWare

Consigli e suggerimenti



COME SCEGLIERE LA CONFIGURAZIONE PSS IDEALE

Un tempo la scelta della tecnologia per il retail si limitava ai dispositivi interni al negozio e all'hardware di supporto. Oggi, la selezione delle attrezzature rimane un fattore importante.

Tuttavia, a questa si aggiunge la scelta del software e della tipologia di supporto più idonei. Queste decisioni non tendono più a soddisfare semplicemente i criteri operativi. Per ottenere il massimo valore dalla tecnologia PSS combinando hardware, software e servizi, è necessario considerare una prospettiva più ampia in termini di requisiti del cliente e obiettivi aziendali. Di seguito sono elencate alcune delle domande chiave che è necessario porsi prima di progettare e implementare la propria soluzione PSS.

Esperienza del cliente

- Che tipo di esperienza vogliamo offrire ai nostri clienti (ad es., meno tempo trascorso in negozio contro un'esperienza del brand coinvolgente sia all'interno sia all'esterno del negozio)?
- Come vogliamo fare interagire i nostri clienti: tramite i nostri dispositivi in negozio o con i loro smartphone?
- Vogliamo integrare la tecnologia PSS con i nostri programmi di associazione o fedeltà per garantire un'interazione costante o far sì che la tecnologia si limiti all'eliminazione delle code?

Integrazione aziendale

- Possiamo integrare la tecnologia PSS nei nostri flussi di lavoro esistenti e, se è possibile, in quali?
- La scelta della tecnologia PSS è motivata da riduzione dei costi, aumento degli incassi o valorizzazione del marchio (o una combinazione dei tre fattori)?
- Se la tecnologia PSS si dimostra vincente, come intendiamo implementarla in altri negozi dopo il progetto pilota?

Hardware

- Se decidiamo di utilizzare dei palmari in negozio, quanti ne serviranno?*
- Che grado di robustezza devono avere i nostri dispositivi in negozio e che dimensione dello schermo dobbiamo preferire, in base alle applicazioni che intendiamo utilizzare o lanciare in futuro?
- I nostri clienti si troveranno a loro agio nel maneggiare i nostri dispositivi in negozio? Quali fattori ergonomici sono importanti ai fini della velocità di adozione e della durata a lungo termine?
- Quali dispositivi e accessori di scansione (ad es. alloggiamenti sui carrelli o stazioni di ricarica a parete) saranno necessari e dove andranno posizionati?

Software

- Saranno necessari altri server in negozio per gestire il traffico dati supplementare?
- Quali app dovremmo lanciare subito e quali invece introdurre gradualmente (ad es. mappe del negozio, sconti e offerte, pagamenti elettronici, ecc.)?
- Come intendiamo registrare, analizzare e agire in base alle informazioni ottenute dai nostri clienti?

Linea guida: la maggior parte dei retailer inizia con un'implementazione semplice, per poi aggiungere altre funzioni una volta che i clienti si siano abituati alla soluzione.

Servizi

- È richiesto un supporto per le fasi di pianificazione e implementazione in vista del lancio della tecnologia PSS?
- Disponiamo delle risorse interne sufficienti a implementare gli elementi chiave della tecnologia PSS (ad es. verifica dello stato di funzionalità della rete WLAN, avviamento del server o formazione in loco)?
- Sono sufficienti le procedure di riparazione di pronto intervento o è richiesto un amministratore per la nostra tecnologia PSS?

* Linea guida: $n. \text{ di transazioni nell'ora di punta} \times 15\% \text{ del tempo di impiego base dei clienti} = \text{numero ideale di palmari per il negozio pilota.}$



BarWare

Consigli e suggerimenti



CONSIGLI E SUGGERIMENTI DI IMPLEMENTAZIONE PSS

Se prima di procedere all'implementazione è necessario porsi alcune domande critiche, prima del lancio della tecnologia PSS è consigliabile riflettere su alcune considerazioni importanti.

Nel corso delle implementazioni eseguite con successo in tutto il mondo, Zebra ha raccolto suggerimenti, consigli e istruzioni sulle best practice relativi all'esperienza all'interno del negozio, che vi aiuteranno a garantire il successo della tecnologia PSS presso i vostri clienti.

CONSIDERAZIONI PRINCIPALI:

Come si gestiscono i prodotti multipli

Se un cliente desidera acquistare un prodotto multiplo, dovrà accertarsi che vengano scansionati mediante il lettore palmare tutti gli articoli inclusi nell'offerta. Ciò include anche eventuali offerte correlate; ad esempio, se l'offerta prevede che acquistando un cestino di fragole si riceva una confezione di panna in omaggio, è necessario scansionare entrambi gli articoli. Per quanto concerne i retailer, ciò potrebbe richiedere delle apposite segnalazioni o un'adeguata preparazione della clientela.

Come si scansionano varietà dello stesso prodotto

Molti prodotti in vendita presentano una varietà di gusti, si pensi ad esempio agli alimenti per gatti. I retailer devono accertarsi che i clienti scansionino ogni prodotto separatamente, invece di

un singolo articolo. Ad esempio, se un cliente acquista del cibo per gatti di tre gusti diversi, dovrà scansionare il codice a barre di ogni barattolo, invece di passare il lettore per tre volte su uno stesso barattolo.

Come includere i prodotti pesati dal cliente

I clienti devono sapere che articoli quali frutta e verdura sfuse vanno pesati sulle apposite bilance, per ottenere il codice a barre che potrà quindi essere scansionato mediante l'unità palmare.

Come gestire gli articoli riservati solo a determinate fasce di età

Molti negozi adottano policy che impediscono la vendita di determinati articoli ad alcuni gruppi di persone, ad es. gli alcolici ai minori di 18 anni. Per applicare questi criteri alla tecnologia PSS in uso, è essenziale incorporare un "flag" nei file che vengono scambiati tra i dispositivi PSS e i sistemi POS. In questo modo, quando il sistema POS legge i file, compare un messaggio che segnala al cassiere la necessità di verificare che il cliente sia idoneo all'acquisto di tali articoli.

Come integrare i codici a barre personalizzati

I clienti possono scansionare codici a barre speciali che identificano i seguenti tipi di articolo:

- In saldo
- Peso incorporato
- Prezzo incorporato
- Codici multipli (che fanno riferimento a una serie di codici a barre)

Ciascuno di questi tipi di codici a barre deve essere identificato dal team del progetto PSS e incluso nel piano di progetto, per fare in modo che gli utenti non incontrino problemi in negozio.

Come gestire gli articoli "problematici"

Gli articoli "problematici" rientrano in una delle seguenti categorie:

- Codice a barre assente
- Scansione con il lettore non riuscita
- Codice a barre danneggiato
- Scansione del codice a barre riuscita ma visualizzazione di un errore sul lettore

Se si presenta uno qualsiasi dei suddetti problemi, il cliente deve essere in grado di conservare questi prodotti separatamente, per presentarli al cassiere a fine spesa.

[Indice](#)[Creazione del business case](#)[Vantaggi delle best practice](#)[Scelta della configurazione PSS](#)**Mobilizzazione e motivazione dei dipendenti**[Massimizzazione dell'adozione da parte dei clienti](#)[Vantaggi delle ottimizzazioni PSS](#)[Utilizzo della tecnologia PSS da parte dei clienti](#)[Servizi di supporto alla tecnologia PSS](#)[Organizzazione del negozio pilota](#)[Guida introduttiva](#)

BarWare



COME MOBILIZZARE E MOTIVARE I DIPENDENTI

Ai fini del lancio effettivo della tecnologia PSS, i preparativi necessari spesso fanno dimenticare quanto sia determinante il ruolo del personale interno.

Il coinvolgimento attivo del personale è importante quanto una qualsiasi fase di implementazione tecnica o dell'attività di marketing.

Gli appassionati di tecnologia PSS presenti possono supportare in modo significativo l'implementazione di questa soluzione. Questo passaggio è essenziale per evitare eventuali esperienze precoci negative, che potrebbero scoraggiare la clientela dall'utilizzo della tecnologia PSS e far sì che il personale perda interesse.

Alcuni passaggi fondamentali consentono di garantire una perfetta interazione tra il personale, la clientela e la tecnologia PSS:



Preparate un piano di formazione intelligente scritto (e condivisibile tra più negozi in un secondo tempo).



Coinvolgete il team Risorse Umane fin dall'inizio, per utilizzare i migliori canali interni di comunicazione e lo stile più appropriato per i messaggi.



Fornite informazioni tempestive e lasciate ai dipendenti il tempo di porre delle domande, anziché sommergerli di comunicati quando il lancio diventa imminente.



Assicuratevi che tutto il personale faccia acquisti con la tecnologia PSS.



Utilizzate dei video di formazione dedicati o dimostrazioni interattive (ad esempio, un giro in negozio per vedere come funzionano i dispositivi PSS) per consentire al personale di comprendere pienamente dove e quando possono fare la differenza per la clientela.



Verificate che l'help desk o il servizio di assistenza siano perfettamente addestrati e dispongano dei manuali tecnici necessari a consentire al personale di soddisfare rapidamente qualsiasi richiesta interna.



BarWare



COME MASSIMIZZARE L'ADOZIONE DA PARTE DEI CLIENTI

Per risultare impeccabile, il lancio della tecnologia PSS deve puntare sull'adozione da parte dei clienti. Non è logico investire nella nuova infrastruttura PSS per poi scoprire che i clienti non la conoscono e non sanno né come funziona né dove trovarla.

La promozione del nuovo sistema è fondamentale. Ugualmente importante è illustrare ai clienti i vantaggi offerti, così che possano apprezzarli prima ancora di utilizzare i lettori o le app a disposizione.

Vantaggi per i grandi consumatori:

- Tempi di spesa mediamente inferiori di 10 minuti.
- Scansione facilitata durante la spesa.
- Nessuna necessità di riempire, svuotare e riempire nuovamente i carrelli.
- Possibilità di avvalersi dei pagamenti mobili (se disponibili).
- Comodità della formula "walk-in/walk-out".

Un piano di marketing PSS si basa su tre criteri fondamentali:

La promozione del nuovo sistema, potenzialmente tramite un gruppo di clienti scelto appositamente per provarlo e fornire feedback, e adeguatamente incentivato affinché continui a utilizzarlo, riduce i tempi di adozione e incoraggia l'utilizzo a lungo termine.

1) Lancio del servizio

I principali retailer con i quali Zebra ha collaborato hanno ottenuto un riscontro positivo dalle **campagne pubblicitarie**. L'annuncio della nuova esperienza d'acquisto può avvenire tramite pubblicità in loco, online e di zona. Nell'ambito di questa attività spesso avviene un processo di selezione della clientela, facendo leva sui vantaggi cui sopra. Qualsiasi campagna deve essere supportata da un sistema di iscrizione rapido e semplice (in negozio oppure online).

2) Offerta di "formazione" per la clientela

Per sveltire le operazioni si possono iscrivere e precaricare i titolari delle carte fedeltà. Per scongiurare potenziali esperienze negative, è necessario garantire un servizio di supporto in loco per i clienti che si iscrivono al momento o che utilizzano la tecnologia PSS per la prima volta. **Il personale deve essere sempre a disposizione** per illustrare il processo di scansione self-service, incluse le operazioni quali pesatura e pagamenti elettronici, se disponibili. Nella maggior parte dei casi, ai clienti interesserà sapere perché sia stata introdotta la tecnologia PSS e come funzionano i singoli elementi.

3) Mantenere alto l'interesse

L'aggiunta di successive migliorie ai servizi PSS (ad esempio mappe di localizzazione prodotti nel negozio o sconti personalizzati) equivarrà a incoraggiarne l'uso continuativo. Se la tecnologia PSS è collegata al **programma fedeltà del marchio**, è possibile incentivare o premiare i clienti che la utilizzano. Gli utenti PSS, grazie al personale sempre pronto ad assisterli, continueranno a **"sentirsi come dei VIP"**. Per gli utenti fidelizzati, questo trattamento speciale può essere esteso ad aspetti specifici, ad esempio l'attribuzione di punti fedeltà extra oppure un aiuto per i clienti che devono effettuare la riletura dei prodotti.

[Indice](#)[Creazione del business case](#)[Vantaggi delle best practice](#)[Scelta della configurazione PSS](#)[Mobilizzazione e motivazione dei dipendenti](#)[Massimizzazione dell'adozione da parte dei clienti](#)[Vantaggi delle ottimizzazioni PSS](#)[Utilizzo della tecnologia PSS da parte dei clienti](#)[Servizi di supporto alla tecnologia PSS](#)[Organizzazione del negozio pilota](#)[Guida introduttiva](#)

BarWare



COME USUFRUIRE DELLE OTTIMIZZAZIONI PSS

I fornitori di software indipendenti offrono una vasta gamma di app in grado di valorizzare i componenti hardware della tecnologia PSS. Questo software trasforma i lettori in importanti punti di contatto per favorire il coinvolgimento, nonché hub di raccolta dati e interazione in tempo reale direttamente dal negozio.

Seguono alcuni esempi di applicazioni software progettate per operare con la tecnologia PSS Zebra e dei rispettivi vantaggi.



Lista e promemoria, per un'esperienza più personale

- I clienti creano e gestiscono le proprie liste.
- Gli articoli vengono suggeriti via via in base ad analisi avanzate dei dati.
- Gli avvisi e il riordino delle liste dipendono dalla posizione del cliente all'interno del negozio.



Ricette, per un'ispirazione in più

- Soddisfa la domanda di nuove idee per la cucina.
- Sfrutta la collaborazione con gli chef e i programmi di cucina più in voga.
- Ingredienti suggeriti in base agli articoli già scansionati dal cliente.



Mappe di localizzazione dei prodotti, per accelerare i tempi di spesa

- La soluzione più semplice a un problema annoso.
- Strumento di localizzazione prodotti associato alla mappa del negozio.
- Riordino della lista della spesa a seconda della disposizione delle corsie.



Promozioni mirate, per sfruttare i vantaggi in negozio

- Miglioramento dei rapporti con la clientela.
- Pubblicità mirata in tempo reale e opportunità commerciali per i partner.
- Avvisi basati su: posizione all'interno del negozio, cronologia degli acquisti e/o articoli presenti nel carrello.



Pagamento mobile, per evitare code alla cassa

- Riduce il tempo richiesto ogni volta che si fa la spesa.
- Riduce l'impiego delle casse normali e anche di quelle riservate per la scansione self-service.
- Riduce il consumo di carta, grazie allo scontrino elettronico.



Nuovi servizi, per potenziare il valore del marchio

- Studiati per soddisfare esigenze note della clientela.
- Possibilità di eseguire la scansione di articoli pesanti o ingombranti per poi ritirarli presso lo sportello drive-in.
- I clienti possono interagire con gli articoli e richiedere la consegna a domicilio.



BarWare



COME INCREMENTARE L'UTILIZZO DELLA TECNOLOGIA PSS DA PARTE DEI CLIENTI

Il panorama d'acquisto odierno, digitale e multicanale, offre ai retailer tradizionali la possibilità di impiegare la tecnologia PSS per associare l'interazione in negozio e online.

Il seguente scenario illustra il possibile utilizzo dei dispositivi PSS prima, durante e dopo la spesa, per ottimizzare il rapporto tra marchio e cliente.



Prima di arrivare in negozio

- L'app PSS dello smartphone di Fabio gli invia una selezione delle ricette più interessanti di questa settimana consigliate da un famoso chef.
- Lui sceglie un curry rosso thailandese e carica gli ingredienti sulla sua lista della spesa dell'app PSS, che contiene già tutti gli articoli necessari per la normale spesa settimanale.



Entrando in negozio

- Un espositore interno dirige Fabio verso i dispositivi PSS per la scansione self-service, alloggiati nella stazione di carica.
- Fabio ne sceglie uno, striscia la sua carta fedeltà e si connette per accedere al proprio account PSS, dove è memorizzata la lista della spesa.
- Per lasciare libere entrambe le mani durante la spesa, inserisce il dispositivo nell'apposito supporto del carrello e inizia a girare per il negozio, per acquistare gli ingredienti che gli servono.



In giro per il negozio

- Per trovare i singoli articoli, Fabio usa lo strumento di localizzazione prodotti associato alla mappa del negozio.
- Quando arriva al reparto verdura fresca, il dispositivo PSS visualizza un'offerta di sconto: acquistando due buste di verdure miste, la seconda è a metà prezzo.
- Quando Fabio scansiona le buste di verdura, un messaggio sullo schermo del dispositivo PSS suggerisce che potrebbe utilizzarle per uno spezzatino e indica gli altri ingredienti che potrebbero servirgli per preparare questo piatto in settimana.
- Aggiunge i nuovi articoli alla lista e, dopo averli scansionati uno per uno, li mette nei sacchetti che ha già sistemato nel carrello.
- Una volta scansionati, gli articoli vengono eliminati dalla lista della spesa, che viene riordinata in base alla sua posizione attuale nel negozio.
- Fabio valuta un'offerta interessante ma disponibile solo in negozio per una Smart TV, la scansiona e seleziona l'opzione consegna a domicilio.



Alla cassa

- Quando ha tutto ciò che gli serve, Fabio raggiunge la zona casse dedicata per i dispositivi di scansione self-service PSS, dove paga; gli sconti fedeltà vengono applicati automaticamente, senza necessità di mostrare un coupon stampato.

- Se il negozio dispone dell'opzione pagamento elettronico, di norma preferisce utilizzare l'opzione portafoglio PSS, per evitare del tutto la sosta alla cassa.
- Ripone il dispositivo PSS di scansione self-service e porta il carrello alla macchina, dove scarica i sacchetti che ha già riempito.



Post-vendita

- Una volta a casa, l'app PSS chiede a Fabio di effettuare un sondaggio di 1 minuto sul televisore acquistato.
- In riconoscimento del tempo dedicato, riceve un buono sconto per uno slot di consegna rapida e un servizio di messa a punto a domicilio per la Smart TV.
- Mentre cucina, Fabio scatta delle foto agli ingredienti e al piatto finito, mediante l'app PSS, e le condivide sui social media.
- Il team social media del marchio ripubblica le foto di Fabio e gli invia un'anteprima delle ricette della settimana successiva di un altro celebre chef.



BarWare



COME OTTENERE SUPPORTO DI PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E MANUTENZIONE DELLA TECNOLOGIA PSS

Durante la progettazione, la realizzazione o la gestione del progetto, è importante sapere se disponete delle risorse interne necessarie a coprire tutte le attività richieste dalle tre fasi primarie del ciclo di vita di un progetto PSS:

Se sapete già di dover ricorrere a servizi esterni per portare a termine queste operazioni, dovrete anche decidere quale modello di acquisizione è più indicato per la vostra attività, da un servizio interamente gestito a servizi software individuali, fino a una combinazione di investimenti e costi operativi.

Questi possono variare in base allo stato del progetto globale, ai requisiti del progetto pilota e al successivo utilizzo di un sistema PSS su scala aziendale.

Prima di iniziare, vale la pena elencare i potenziali requisiti specificando il percorso per ottenere la redditività dell'investimento e le migliorie dell'esperienza dei clienti desiderate.

1. Pianificazione



- Progettazione del software
- Progettazione di soluzioni
- Progettazione PSS
- Progettazione RFID
- Valutazione della rete WLAN

2. Implementazione



- Sviluppo e documentazione del software
- Avviamento o aggiornamento MDM
- Integrazione delle stampanti
- Implementazione PSS
- Implementazione RFID
- Cavi WLAN, staging e installazione

3. Funzionamento



- Test di software, build, MDM e stampanti
- Staging
- Individuazione e risoluzione dei problemi



BarWare




COME ORGANIZZARE IL NEGOZIO PILOTA

Dopo aver riflettuto su tutte le considerazioni principali ed esservi fatti un'idea ben definita di quello che chiedete al vostro proof-of-concept, potete passare alla fase pilota. A questo punto è necessario concentrare l'attenzione sulle categorie di clienti meglio disposti all'uso dei dispositivi PSS. Così facendo, il vostro negozio pilota potrà stabilire esattamente la dimensione ottimale del sistema, in vista della fase di implementazione vera e propria.

Gli espositori che ospitano i dispositivi PSS devono essere collocati presso la zona anteriore del negozio e devono prevedere un minimo di due chioschi di ingresso, in caso di guasto di uno dei due.

Selezione del negozio pilota ideale:

Domanda chiave 	Motivo 
- In che zone si registrano medie di acquisti superiori?	- Indica che la maggior parte dei clienti usa i carrelli per gli acquisti, non i cestini.
- Il potenziale negozio pilota è vicino a una grande area residenziale?	- Garantisce un'affluenza tale da consentire il monitoraggio del successo su una base clienti molto vasta.
- Nel negozio si hanno spesso problemi di code?	- Indica che i vantaggi del sistema PSS dovrebbero essere accolti con entusiasmo dai grandi consumatori con precedenti esperienze d'acquisto negative.
- Che tipo di prodotti è disponibile in negozio?	- Indica se esiste uno spazio di manovra per campagne di sconto sui prodotti di marca.
- Che livello di coinvolgimento e/o rotazione del personale si registra?	- Indica se è possibile fare affidamento sui dipendenti per ricevere un supporto concreto nelle prime fasi di implementazione della tecnologia PSS.



BarWare



COME ORGANIZZARE IL NEGOZIO PILOTA



Implementazione dell'infrastruttura

Prima del lancio presso il negozio pilota, la tecnologia PSS richiede l'integrazione dell'ambiente di produzione e sistemi di backend perfettamente funzionanti. Tali elementi includono:

- **Registrazione dei clienti**
- **Sicurezza** dei sistemi di pagamento
- **Precisione degli articoli** e dei dati promozionali
- **Supporto all'implementazione** di dispositivi e app
- **Supporto IT in negozio**, inclusi server e database
- **Registro errori**
- **Rapporti di gestione**, IT e sicurezza
- **Misurazioni KPI** e avvisi

Specifiche tecniche

La quantità di attrezzature e il luogo di installazione dipendono dalla dimensione e dal layout del negozio selezionato, oltre che dal numero di utenti previsto.

Considerazioni principali 	Motivo 
- Dove intendete collocare gli espositori con i lettori di scansione self-service?	- Devono essere installati nell'area più frontale e centrale del negozio, per essere certi che i clienti li vedano.
- Dove volete posizionare i corrispondenti alimentatori e access point WLAN?	- Ciò assicura facilità di ricarica e copertura di rete in tutto il negozio.
- Intendete utilizzare i supporti porta-lettori sui carrelli, e quanti carrelli devono essere predisposti?	- Dipende dalla scelta di convertire tutti i carrelli oppure di creare una zona carrelli separata per gli utenti PSS.
- Che stile di arredi si inserirebbe meglio nell'attuale negozio?	- Le casse a modulo, le postazioni di pagamento self-service e le bilance per la pesatura da parte del cliente devono essere bene in vista, senza distaccarsi troppo dallo stile complessivo del negozio.



Un fattore molto importante da ricordare è che la tecnologia PSS non è semplicemente una soluzione hardware. Non potete aspettarvi che la vostra attività ottenga gli stessi risultati di vendita segnalati da precedenti implementazioni della tecnologia PSS, senza utilizzare il software e i servizi a questa correlati. Partner esperti vi assisteranno durante le fasi iniziali di progettazione della soluzione PSS, consigliandovi il software e i servizi che meglio integrano l'hardware installato.



BarWare



COME INIZIARE

La tecnologia PSS in azione

Guardate in che modo la tecnologia PSS Zebra può aiutarvi ad acquisire un vantaggio competitivo.



Scegliete Zebra come fornitore di tecnologia PSS

La soluzione di personal shopping (PSS) Zebra è in grado di ridefinire l'esperienza dei clienti riducendo le code, facilitando i pagamenti e potenziando l'offerta del vostro marchio.

Contando sulla reputazione consolidata della nostra azienda in questo settore, installiamo sui nostri premiati dispositivi app software intelligenti e servizi a valore aggiunto, per rispondere alle aspettative moderne della vendita al dettaglio:

- **I clienti di maggior valore**, ossia i grandi consumatori, possono scansionare i vari articoli e via via imbustarli, risparmiando tempo a ogni spesa.
- **Le casse riservate per la scansione self-service** e i pagamenti elettronici rendono più comoda e veloce la spesa, in linea con la nuova formula "walk-in/walk-out".
- **I clienti** approfittano di un'esperienza integrata, sia online che in negozio, potenziata da app che mettono a disposizione mappe di localizzazione dei prodotti, ricette consigliate, sconti personalizzati e formule di ritiro in negozio o di consegna a domicilio.

Oltre a fornirvi validi strumenti per competere con discount e concorrenti del settore digitale, la tecnologia PSS Zebra ha dimostrato la capacità di ammortizzare l'investimento entro 12 mesi.

Mettetevi in contatto con Zebra

Per ulteriori informazioni



Per ricevere ulteriori informazioni sulla soluzione PSS di Zebra, visitate www.zebra.com/PSS oppure contattateci mediante la pagina www.zebra.com/contact