



DATA SKILLS
UNDERSTANDING THE WORLD

Retail Framework

I pilastri fondamentali per l'eccellenza



Il Retail: tra sfide e opportunità

- Il Retail è uno tra i settori più dinamici. Segue le tendenze, i modelli di consumo, il *sentiment* di chi è davvero al centro, i **clienti**.
- È chiaro che la digitalizzazione abbia aperto nuove opportunità ma anche nuove sfide. I Retailer si dovranno misurare sempre più con l'**innovazione tecnologia** per rimanere **competitivi**.



Cosa dobbiamo aspettarci dall'IA in ambito Retail?

1

Secondo *The economic potential of Generative AI: The next productivity frontier* di **Mckinsey**, l'Intelligenza Artificiale Generativa potrebbe consentire una crescita della produttività del lavoro compresa tra lo 0,1 e lo 0,6% annuo fino al 2040

2

Nell'articolo *How AI Is Changing Sales* di **Harvard Business Review** si osserva come l'AI potrebbe automatizzare fino al 30% le attività di vendita al dettaglio

3

Secondo uno studio condotto da **Accenture** *How Is Retail Evolving: Implementing AI in Brick-and-Mortar Stores*, l'impiego dell'AI può aiutare le aziende del settore del Retail ad aumentare la produttività di oltre il 40%



Agenda

1

Introduzione al Retail Framework

2

Le fondamenta

3

Le componenti Core

4

Le componenti di Performance Analytics



Introduzione al Retail Framework



Il Framework di Dataskills per il Retail



Sfida

- Il mercato Retail è in continua evoluzione e richiede strumenti avanzati per affrontare le sfide e sfruttare le opportunità.
- Ridurre al minimo l'impatto operativo e preservare il budget delle aziende.



Proposta

- Un Framework integrato che combina diverse tecnologie e soluzioni innovative.
- Un approccio agile e modulare in base alla disponibilità del cliente (risorse & budget).
- Basato sul concetto di data Lakehouse e costituito da due aree principali:
 - a) Core
 - b) Performance Analytics



Risultati

- Con le sue numerose componenti specializzate costituisce la base tecnologica per supportare i clienti nel percorso evolutivo e nei processi decisionali.
- Ottimizzazione dei processi.
- Migliore efficienza operativa, ridotto TCO.



Le componenti del Framework

Core

Performance Analytics

DATA LAKEHOUSE



Data Quality



Data Governance



ESG Governance

Cliente



Potenziale di spesa



Segmentazione evoluta



Churn Clientela



Propensione all'acquisto



AI driven promotions

KPI



Data Visualization

Vendite



Recommendation System



Sales Forecasting

Mercato



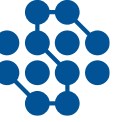
Competitor Flyer Analysis



Geographical Competitor Scenario

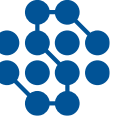


Le fondamenta del Framework



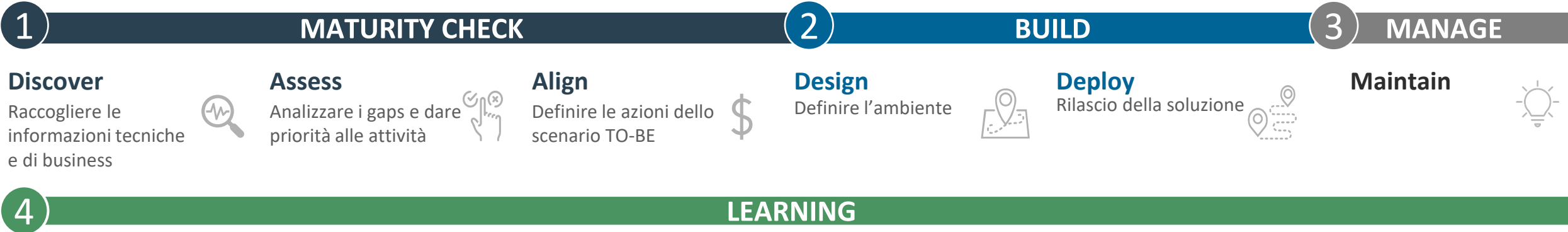
I pillar del nostro Retail Framework





Il nostro approccio

- Proponiamo un approccio **"agile"** e **modulare** al fine di **ridurre al minimo l'impatto operativo e preservare il budget aziendale**.
- **Si basa su un attività di assessment (Maturity Check)**, una valutazione dettagliata e sistematica della struttura, delle capacità, delle prestazioni e della sicurezza della piattaforma dati all'interno della organizzazione.
- Questo processo ha l'obiettivo di **identificare punti di forza, debolezze, opportunità di miglioramento e potenziali rischi**. Un assessment efficace che fornisce una roadmap per ottimizzare la gestione dei dati e allineare la piattaforma dati con gli obiettivi strategici dell'organizzazione.





Le componenti Core



Data Lakehouse

Sfida

- Utilizzo più efficiente dei dati aziendali
- Necessità di elaborare sia dati strutturati, sia non strutturati
- Necessità di creare una piattaforma aperta, scalabile e pronta per affrontare tematiche di advanced analytics

Soluzione

- Raccolta dei dati dalle fonti operazionali (dati strutturati & non strutturati)
- Raccolta dati in tempo reale dai punti vendita
- Organizzazione dei dati nel data lake (cleansing, business rules, aggregazioni)
- Implementazione di un modello dati interrogabile con gli strumenti di reportistica

Risultati

- Integrazione di dati da diverse fonti
- Analisi avanzate e big data
- Costi di archiviazione ridotti
- Ricerca ed esplorazione dei dati
- Preservare integrità dei dati originali
- Supporto machine learning e intelligenza artificiale



Data Quality

Sfida

- La sfida della data quality è complessa e multidimensionale, coinvolgendo vari aspetti della gestione, analisi e utilizzo dei dati
- Solo se i dati sono corretti, le aziende hanno l'opportunità di realizzare analisi in grado di produrre azioni che generano un valore

Soluzione

- Un sistema di Data Quality segue i seguenti passi principali:
 - a. definire una policy aziendale
 - b. identificare un ambito pilota
 - c. mantenere a regime l'impianto e monitorare l'andamento
 - d. intraprendere attività di rimozione delle anomalie e di miglioramento strutturale
 - e. ampliare a nuove destinazioni d'uso

Risultati

- **Decisioni migliori:** dati accurati e affidabili permettono ai decision-maker di basare le loro scelte su informazioni solide, riducendo il rischio di errori e aumentando la probabilità di prendere decisioni efficaci
- **Riduzione dei costi:** dati di qualità riducono i costi associati alla correzione degli errori, alla duplicazione dei dati e alle inefficienze operative



ESG Governance

Sfida

- Rispondere alla normativa di reporting ESG
- Assicurare una solida data governance dei dati
- Ridurre effort e tempi di reporting ESG

Soluzione

- Certificazione dei dati ESG
- Trasparenza su processo di gestione del dato ESG
- Accessibilità agli utenti dell'intera base dati ESG

Risultati

- Conformità Normativa
- Trasparenza e responsabilità
- Miglioramento della qualità dei dati
- Gestione del rischio ESG
- Miglioramento della reputazione
- Reporting ESG affidabile
- Facilitazione dell'audit interno ed esterno
- Sostenibilità finanziaria



Data Governance

Flessibilità

- Il nostro approccio si adatta alle esigenze aziendali rilevate anche attraverso un'attività di assessment

Modularità

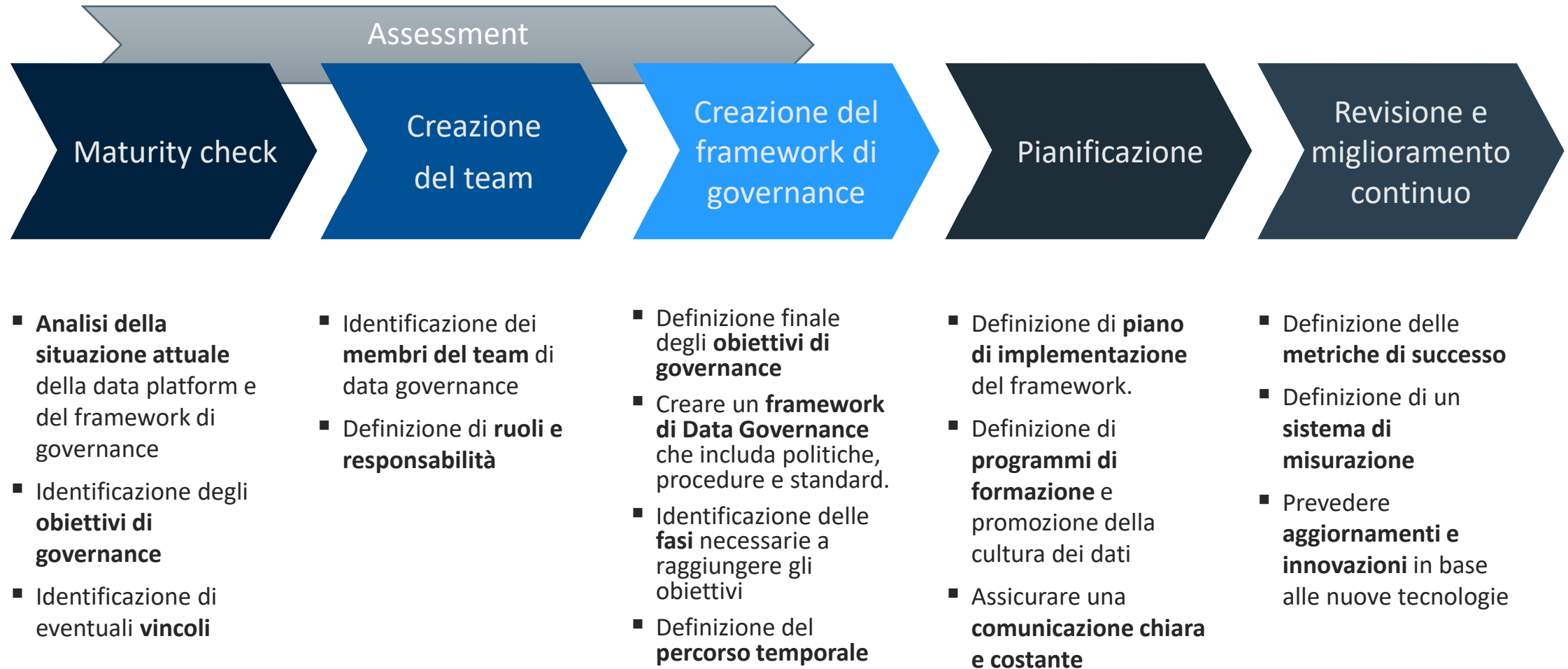
- Il percorso ed il framework che proponiamo è implementabile a moduli (es: sicurezza, SOD, Lineage, metadata management)

Allineamento

- Allineamento con la strategia complessiva dell'organizzazione, supportando gli obiettivi aziendali e favorendo il raggiungimento dei risultati desiderati



Il percorso verso la data governance





Le componenti di Performance Analytics

Il Cliente al centro



Stima potenziale del cliente (Share of wallet)

Sfida

- Quantificazione della capacità di spesa del cliente e di conseguenza della quota di spesa presso l'azienda

Soluzione

- Soluzione basata su algoritmi di machine learning in grado di analizzare le transazioni dei clienti, il loro basket di acquisto ed eventuali dati esterni
- L'algoritmo è in grado di determinare il potenziale di spesa del singolo cliente

Risultati

- Migliore valutazione del rischio
- Segmentazione della clientela
- Marketing mirato



Modelli di segmentazione

Challenge

- Migliorare e massimizzare il valore della propria base clienti adottando un modello di segmentazione dinamico, al posto di uno statico basato su regole generiche (es. reddito, età...). Questo approccio permette di:
 - Catturare i comportamenti dei clienti
 - Creare campagne di marketing più efficaci
 - Allocare le risorse commerciali in modo più strategico

Solution

- Realizzazione di un modello di segmentazione basato sull'AI che analizza il comportamento storico e in tempo reale dei clienti.
- Utilizzando tecniche di clustering non supervisionato e modelli predittivi, il sistema identifica automaticamente segmenti dinamici
- Il modello permette ai team di personalizzare comunicazioni, offerte e azioni di fidelizzazione

Results

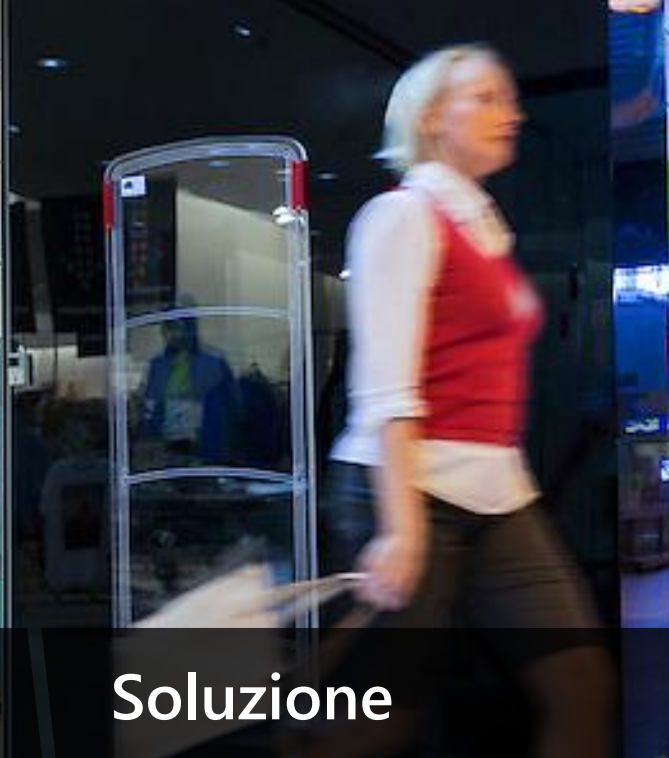
- Migliore comprensione dei comportamenti d'acquisto
- Personalizzazione dell'esperienza
- Migliore fidelizzazione
- Aumento vendite up-sell e cross-sell
- Campagne di marketing mirate

Modelli di churn



Sfida

- Il churn , ovvero l'abbandono di clienti, è un problema comune per molte aziende. Prevenire la perdita di clienti è fondamentale per mantenere la sostenibilità e la crescita del business
- Individuazione delle cause di churn e individuazione dei clienti a rischio di abbandono



Soluzione

- Realizzazione di modelli per ciascuna country per individuare sia le regole che governano il fenomeno dell'abbandono, sia i clienti con maggior probabilità di abbandono
- Le regole del fenomeno sono utilizzate per cercare di mitigare il fenomeno intervenendo sulle cause, mentre l'individuazione dei singoli clienti ha lo scopo di implementare politiche di retention individuali



Risultati

- Previsione di oltre l'80% dell'abbandono clienti, con un anticipo da 3 a 6 mesi
- Ottimizzazione delle campagne di marketing



Conversational AI: AI-Powered Help Desk

Sfida

- Ridurre i **costi dell'help desk**, mantenendo un buon livello di interattività
- Rispondere alle domande più semplici che possono essere soddisfatte attraverso contenuti presenti in documenti / schede prodotto / schede servizi....

Soluzione

- **Piattaforma flessibile per il supporto di primo livello.**
- **Knowledge base aziendale** come **base d'interazione** tra piattaforma e persona
- **Feedback qualitativo istantaneo** da parte dell'AI **al termine di ogni interazione**

Risultati

- Abbattimento dei tempi di risoluzione problemi: **-30/40%**
- Riduzione dei costi operativi di help desk: **-20/50%**



Propensione all'acquisto

Sfida

- Individuare la propensione all'acquisto di ciascun cliente in assoluto oppure relativamente ad un certo prodotto
- Creare campagne mirate e personalizzate

Soluzione

- Utilizzo dei dati del data lakehouse per la creazione di variabili esplicative del comportamento del cliente
- Creazione di modelli di machine learning per il calcolo della propensione d'acquisto, espressa in termini di probabilità

Risultati

- Aumento del 30% del tasso di conversione delle campagne
- Ottimizzazione del budget del marketing



Promotion!

AI Driven Promotions

Sfida

- Creare promozioni intelligenti, basate sul profilo del singolo cliente
- Perfezionare e mettere a punto la progettazione del programma fedeltà

Soluzione

- Modelli di machine learning in grado di prevedere la sensibilità dei clienti alle campagne promozionali
- Lifetime value prediction: stima del valore a lungo termine di ogni cliente, offrendo preziosi insight per ottimizzare gli investimenti in promozioni personalizzate

Risultati

- Aumento del 30% del tasso di conversione delle promozioni
- Aumento del 15% del valore medio dello scontrino
- Ottimizzazione del budget del promozioni



Le componenti di Performance Analytics

Gli indicatori di performance

Data Visualization

Sfida

- Monitorare le performance del mio business sia a livello globale che per singolo punto vendita
- Incrementare la capacità di pianificazione e di identificare tendenze
- Ridurre gli errori nella produzione di KPI e report
- Rendere fruibili i dati del data lake

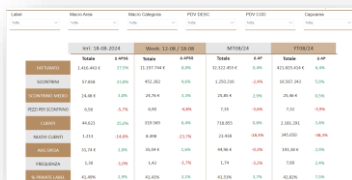
Soluzione

- Creazione di dashboard su misura
- Reportistica fortemente integrata con il data lakehouse
- Fruizione anche in modalità self-service BI

Risultati

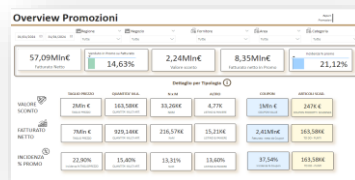
- Visione in tempo reale delle metriche chiave (KPI), come vendite, margini e performance dei punti vendita, ecc.
- Report accurati che aiutano a identificare prodotti con bassa e alta rotazione, riducendo gli stockout e l'overstock
- Identificazione semplificata delle inefficienze operative, come aree con costi elevati o processi non ottimizzati, permettendo di intervenire prontamente per ridurre i costi

Data Visualization: una panoramica



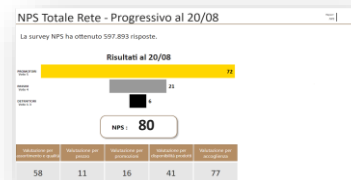
Business Annual Overview

Non perdere mai di vista il tuo business: ricevi via mail ogni giorno l'andamento dei principali KPI di vendita / KPI rilevanti per il business con delta sull'anno precedente / budget.



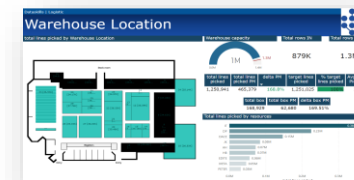
Promotion & Coupon

Analizza le promozioni e i coupon con dettaglio fino al singolo prodotto. Comprendi quali sono le campagne promozionali migliori in termini di vendita, customer acquisition, fidelizzazione del cliente.



NPS

Non limitarti a raccogliere i dati dell'NPS. Analizza la performance overall fino al dettaglio per singolo negozio e comprendi il sentiment dei clienti.



Movimentazioni e Giacenze

Monitora il numero di movimentazioni in entrata e in uscita del magazzino. Controlla le giacenze disponibili nelle varie aree basate sulla planimetria reale del tuo magazzino.



Spedizioni

Monitora le performance di spedizione per ciascun Corriere in modo da individuare criticità nelle consegne e garantire tempi adeguati agli standard di mercato.



Analisi della Forza Vendita

Dai ai tuoi area manager uno strumento unico di analisi delle performance della forza vendita, in modo che possano monitorare in autonomia gli agenti più performanti e aree di miglioramento, nonché il raggiungimento degli obiettivi.



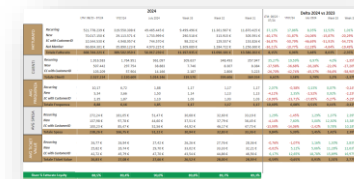
E-commerce Analysis

Monitora l'andamento del tuo e-commerce, scopri la crescita da web e dalla app e analizza le performance di vendita e il comportamento onsite.



Vendite

Monitora le vendite del tuo business e scopri i negozi e le aree più virtuose, la crescita in termini di nuovi clienti e di resi. Con il drillthrough, accedi al dettaglio fino alle singole righe di vendita.



CRM

Analizza i principali KPI dell'azienda distribuiti per clienti nuovi e ricorrenti e scopri la crescita del tuo business. Approfondisci le abitudini di acquisto di ciascun cluster.



Analisi dell'Out of Stock

Scopri quali sono le categorie e i prodotti maggiormente soggetti all'out of stock e quale sia il fatturato legato alle mancate vendite.



Le componenti di Performance Analytics

La vendita come valore di crescita

Recommendation System

sales

Sfida

- Aumentare le vendite attraverso attività di cross selling
- Migliorare il coinvolgimento del cliente facendogli scoprire nuovi prodotti

Soluzione

- Utilizzo dei dati del data lakehouse per la creazione di variabili esplicative del comportamento del cliente. In particolare i dati delle transazioni sono fondamentali
- Creazione di modelli di machine learning per la determinazione del prodotto più vicino alle esigenze o ai gusti del cliente.

Risultati

- Miglioramento del tasso di conversione del 35%
- Incremento del valore medio dell'ordine del 20%



Sales Forecasting

Sfida

- Pianificare la produzione e la gestione dell'inventario
- Gestire i rapporti con i fornitori, migliorando la pianificazione delle consegne
- Guidare le campagne di marketing e le promozioni

Soluzione

- Utilizzo delle serie storiche di vendita combinato con variabili esogene
- Implementazione di modelli di machine learning basati sulle serie temporali

Risultati

- Miglior pianificazione delle scorte e risparmi fino al 40%
- Ottimizzazione della produzione



Le componenti di Performance Analytics

Ascoltare il mercato

ANALYTICS

Competitor Flyer Analysis

Sfida

- Monitoraggio della concorrenza.
- Benchmarking delle promozioni confrontandole con quelle della concorrenza.
- Monitoraggio delle tendenze di mercato.

Soluzione

- Sistema basato su computer vision, NLP e AI generativa per estrarre le informazioni dai volantini in modo completamente automatico.
- Salvataggio delle informazioni nel data lake.

Risultati

- Possibilità di confrontare la propria offerta con quella della concorrenza in modo semplice
- Possibilità di offerte personalizzate per clienti sensibili alle promozioni in ottica «customer-centrica»



Geographical Competitor Scenario

Challenge

- Comprensione della pressione competitiva per ciascun cliente su base geografica.

Solution

- Sistema basato su algoritmi di web scraping in base ai competitor individuati dal cliente.
- Salvataggio delle informazioni nel data lake.
- Arricchimento delle informazioni anagrafiche del cliente.

Results

- Calcolo della distanza del competitor più vicino al singolo cliente.
- Individuazione dei clienti soggetti a maggiore esposizione da parte dei competitor.



Grazie