

BENETTON "ON CANVAS"

*Una nuova regia digitale
migliora la comunicazione
favorendo la customer experience*



Benetton rilancia i propri punti vendita con un progetto che investe nel digitale su larga scala, rendendo la gestione della comunicazione più flessibile, efficiente e coinvolgente.



EXECUTIVE SUMMARY

È una sofisticata regia digitale quella scelta dal Gruppo Benetton per potenziare la comunicazione in store, attraverso una soluzione di digital signage progettata all'insegna della massima flessibilità, efficacia ed efficienza.

La strategia del brand rinnova lo store layout, introducendo un concetto estremamente più dinamico rispetto al posizionamento dei monitor e alla distribuzione dei contenuti.

Sostituendo i costi del materiale cartaceo con le nuove economie di scala introdotte dall'innovazione digitale, il Gruppo risolve in modalità centralizzata tutta la gestione della comunicazione in chiave multilingua. Il progetto, già attivo in oltre 160 negozi in 18 Paesi diversi, si è dimostrato vincente portando:

- maggiore efficienza e flessibilità nella gestione dei materiali promozionali e marketing, localizzati in più lingue
- maggiore velocità e coordinamento nella distribuzione della comunicazione su tutti i punti vendita del Gruppo

IL PROBLEMA

Benetton, storico brand di abbigliamento con 5500 negozi distribuiti in oltre 100 Paesi, ogni anno produce per le sue collezioni oltre 120 milioni di pezzi, tra capi, scarpe e accessori. Per ogni collezione stagionale la direzione deve gestire una grande quantità di informazioni declinate in listini, contenuti specifici, promozioni e messaggi associati alle iniziative del marketing per i singoli punti vendita.

La gestione cartacea, caratterizzata per altro da una rapida obsolescenza rispetto al turn over delle collezioni, era costosa e poco funzionale.

Partendo da un progetto iniziato nel 2014 e chiamato "On Canvas", che vede il telaio come simbolo di tradizione e artigianalità, United Color of Benetton reinventa la comunicazione del punto vendita, incentrandola su di una struttura originale, funzionale e dinamica, attorno cui ruotano stagioni, collezioni, colori e materiali. Il telaio, diventa così emblema dell'innovazione, rendendo possibile ogni trasformazione all'interno dello store anche grazie all'uso del digital signage più innovativo.

GRUPPO BENETTON

Sede Centrale: Treviso

Punti vendita: 5500

Presenza Globale: 100 Paesi

"Il nuovo sistema ci permette di controllare in maniera coordinata la comunicazione digitale su tutta la rete dei nostri punti vendita. Grazie a una piattaforma estremamente affidabile e a un livello di servizio davvero eccellente oggi sono in grado di gestire tutto il flusso della comunicazione in store, associata ai diversi monitor, senza problemi!"

Giovanni Flore,
Global Digital Signage
Manager - Gruppo Benetton



LA SOLUZIONE

Benetton affida il progetto a M-Cube, specializzato in sistemi di Digital Signage, Digital Asset Management (DAM), Audio e Digital Engagement, che dal 2009 affianca il Gruppo su tutti i progetti legati alla radio in store e al digital signage.

Nei negozi vengono installati i display dietro alle casse e viene studiata una struttura innovativa per le aree delle collezioni Uomo, Donna, Bambino dove i display a 46", contenuti in un'apposita gabbia e appesi al telaio, possono essere spostati e riposizionati in qualsiasi momento con estrema facilità. A questi si aggiungono piccoli video-wall posizionati nelle aree delle casse.

La reingegnerizzazione dell'intero processo di comunicazione ha previsto:

- definizione di una piattaforma di Digital Signage, strutturata per metadati, capace di associare foto e video a lingue e listini
- messa a punto di un sistema di controllo centralizzato, capace di governare migliaia di contenuti, localizzati in 20 versioni linguistiche differenti
- predisposizione di un servizio di distribuzione dei contenuti multimediali nei diversi punti vendita del gruppo, in modalità sincrona e asincrona, gestito direttamente da M-Cube

I VANTAGGI

Oggi Benetton, attraverso formule di ingaggio ad alto impatto emozionale per gli shopper, può diversificare la trasmissione di immagini e testi in venti lingue diverse in ogni punto vendita a livello world wide, con la garanzia di avere sempre una comunicazione coordinata e allineata in funzione della stagione, dei momenti della giornata, e delle iniziative promozionali.

La nuova chiave di servizio garantisce al brand:

- una gestione estremamente più rapida e funzionale della comunicazione grazie alla presa in carico di M-Cube della distribuzione dei palinsesti
- una reportistica avanzata e attività di monitoraggio a valore aggiunto, con interventi in tempo reale, da remoto oppure on site
- una drastica riduzione dei costi legati alla gestione cartacea di listini, promozioni e messaggi associati alle iniziative del marketing
- maggiore efficienza del personale marketing, adesso libero di focalizzarsi sull'ideazione creativa di campagne mirate per ogni punto vendita.

M-Cube è il partner ideale per l'ideazione e lo sviluppo di sistemi di digital engagement in store. Il ventaglio delle proposte include in-store radio, un canale di diffusione musicale appositamente studiato e personalizzato per ogni brand; soluzioni di digital signage e applicazioni per il marketing che spaziano dalle App mobile alle più innovative tecnologie interattive. M-Cube conta oggi oltre 15.000 installazioni audio e video digitali in 80 Paesi, per più di 100 brand dei settori Retail, Fashion & Luxury, Finance & Insurance, Ristorazione, GDO, Automotive.

M-CUBE S.p.A.

HEADQUARTER:

Via San Galdino 6 - 20154 Milano - ITALY

ADMIN HQ:

Corso Cavour 2/2d - 34132 Trieste - ITALY

SHANGHAI - NEW YORK

www.mcube.it

MAIL: mcube@mcube.it

TEL: +39 040 634364

FAX: +39 040 3726350