

### AW LAB: SHOPPING EXPERIENCE INNOVATIVA GRAZIE A M-CUBE

*Digital signage e radio in-store per aumentare l'affluenza in negozio, migliorare la percezione del marchio e garantire un'esperienza d'acquisto senza precedenti.*

#### IL CLIENTE

Athletes World, nato nel 1997, è il retailer italiano di riferimento per lo sport-style con oltre 150 negozi.

Nel 2011, dopo un'analisi di mercato effettuata sul cliente e la brand awareness, Athletes World vede l'esigenza di creare una nuova brand identity per avvicinare maggiormente l'immagine dei negozi alla sua mission: "Your Urban Style Refresher".

Dal processo "creativo" di revisione del brand nasce, a settembre 2011, AW LAB, una nuova generazione di negozi concepiti come laboratori di tendenza legati allo "urban sport style". Il nuovo nome è facile da ricordare e il logo è un'icona riconoscibile che richiama il mondo dei giovani e la realtà digitale.

#### LA VISIONE

La strategia di AW LAB è quella di proporre un'ampia offerta di prodotti esclusivi dei più importanti brand internazionali di sportswear, sneakers e abbigliamento sportivo di tendenza, accompagnato da un team di vendita molto esperto ed informato sulle proposte di stile.

A seguito della creazione del nuovo brand AW LAB, la comunicazione con la propria target audience diventa un elemento centrale del brand. "Vogliamo instaurare con i nostri clienti un dialogo continuo e diretto in modo da rendere l'esperienza di acquisto sempre più coinvolgente", afferma Rocco Carena, Marketing Manager AW LAB.

#### IL PROGETTO

Il punto vendita viene ridisegnato per meglio interpretare la nuova brand identity. Nel nuovo layout ogni elemento deriva dalla forma primaria del logo e i colori utilizzati fanno riferimento ai colori primari e secondari delle insegne. La customer experience in store è concepita come digital shopping experience e prevede di incorporare nel layout i monitor digital signage posizionati sia in vetrina che dietro la cassa e l'uso della radio in-store per la diffusione di musica e



#### AW LAB

- **Settore: Retail fashion**  
"urban sport style"  
abbigliamento sportivo di tendenza
- **Target Market:**  
giovani e teenagers
- **AW LAB è la nuova brand identity di Athletes World fondata nel 1997**
- **Negozi: 150 di cui 75 AW LAB**
- **Gruppo: BATA – Compar SpA**

comunicati informativi del brand.

“Le ragioni che hanno portato a questa necessità di cambiamento erano avere più mezzi innovativi per comunicare, aumentare la fidelizzazione dei nostri clienti (oramai sempre più esigenti e abituati ad ogni genere di stimolo promozionale), interagire con loro e contribuire alla vendite accrescendo così l’awareness del nostro brand.” spiega Rocco Carena, AW LAB Marketing Manager.

### LA SOLUZIONE

AW LAB ha quindi necessità di trovare il fornitore in grado di rispondere con una tecnologia affidabile e un servizio professionale alle sue esigenze di comunicazione in-store. A seguito di una fase di benchmarking per valutare le proposte dei principali fornitori di digital signage presenti sul mercato, l’azienda ha selezionato M-Cube in quanto ha trovato le risposte ai propri bisogni sia nella componente tecnologica, con la piattaforma digital signage Scala, che dal punto di vista del servizio e elaborazione contenuti. Per quanto riguarda la radio in-store, AW LAB aveva già avuto modo di conoscere e apprezzare l’offerta di M-Cube in quanto già partner del gruppo Bata, di cui AW LAB fa parte.

### MARKETING DI PROSSIMITA’

#### DIGITAL SIGNAGE

M-Cube si è occupata della fornitura dei monitor digital signage nei negozi e mantiene la gestione dei contenuti su tutto il network.

Ad oggi sono stati rinnovati 75 punti vendita AW LAB. In ogni negozio in vetrina e sul retro cassa sono stati inseriti i display digital signage, che costituiscono parte integrante del layout dei punti vendita di AW LAB.

#### Installazioni

- Vetrina: 2 monitor che formano un banner verticale.
- Retro cassa: 2 monitor che formano un banner orizzontale.
- Monitor: Samsung 46” UE leggeri, monitor da videowall sottili - 3cm spessore-.



*“M-Cube era già fornitore del servizio radio in store per il gruppo Bata, di cui AW LAB fa parte, e come tale avevamo già avuto modo di conoscere la loro struttura aziendale, serietà e modus operandi.”*

**- Rocco Carena, AW LAB Marketing Manager -**



## Contenuti

L'obiettivo di AW LAB è di usufruire della versatilità del digital signage per amplificare "il messaggio", sia a livello informativo che formativo verso il cliente in store, avendo la possibilità di cambiare e aggiornare i contenuti velocemente e condividerli su tutti i diversi canali.

I palinsesti vengono aggiornati settimanalmente in tutti i negozi. I contenuti variano da video di prodotto relativi alle campagne di marketing realizzati in collaborazione con i brand, agli spot TV, ai video di lifestyle – eventi e backstage- ai video promozionali e video "istituzionali" a supporto delle campagne realizzate nel punto vendita.

## IN STORE RADIO

Grazie alla radio in store il marketing di prossimità sul punto vendita diventa ancora più coinvolgente. Oltre ad accompagnare i clienti durante la loro permanenza in negozio migliorando la shopping experience, la radio instore offre la possibilità di comunicare in modo innovativo attraverso un palinsesto dedicato ed uniforme su tutto il network.

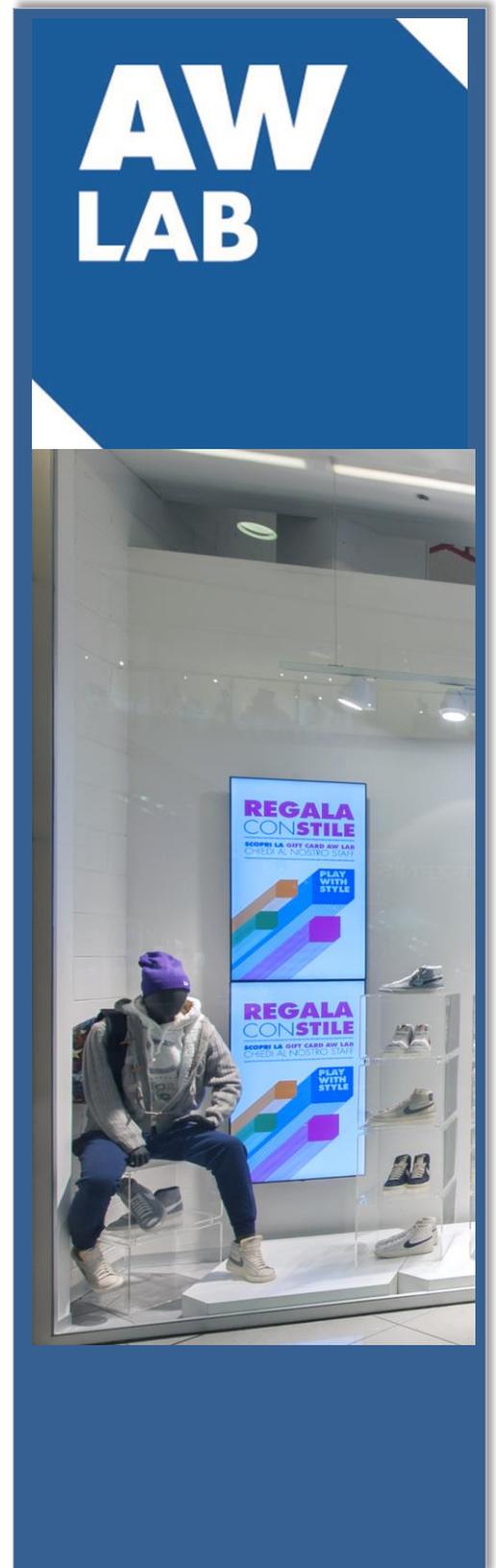
"La comunicazione risulta immediata e sempre aggiornata. Grazie alla flessibilità di questo strumento c'è la possibilità di diffondere messaggi e promozioni in tempo reale dando maggiore visibilità alle iniziative in store." - Rocco Carena, Marketing Manager AW LAB.-

## Il Servizio

M-Cube fornisce il servizio completo radio in store, gestito centralmente dalla sua divisione M-Cube Radio. La diffusione dei contenuti sul punto vendita avviene attraverso M-Cube player, un dispositivo per la riproduzione dei palinsesti audio sviluppato da M-Cube. Il player, delle dimensioni di un libro tascabile, riceve gli aggiornamenti giornalieri via web, ma grazie alla sua tecnologia Store & Play la riproduzione dei contenuti in negozio non dipende dalla connessione internet. (per ulteriori informazioni vedi [www.mcube.it/instoreradio.php](http://www.mcube.it/instoreradio.php)) Le programmazioni giornaliere sono create dai Music Designers di M-Cube che, su indicazione di AW-LAB creano le playlist musicali e organizzano la trasmissione di comunicati e spot pubblicitari del gruppo ad orari precisi della giornata.

## Contenuti

AW LAB ha scelto il genere musicale della AW LAB Radio dopo un' accurata indagine di mercato con il suo pubblico di riferimento.



“La dinamicità di questo strumento ci permette di aggiornarlo e rinnovarlo continuamente in modo da essere sempre allineati ai trend musicali del momento. Il palinsesto è comunque molto vario e i generi cambiano a seconda dell’orario della giornata.” – Rocco Carena, AW LAB Marketing Manager.

### **BENEFICI**

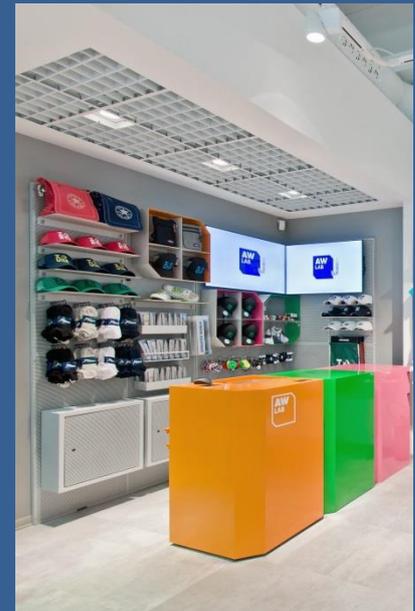
AW LAB ha riscontrato un aumento considerevole dello store traffic nei negozi che sono stati trasformati da Athletes World ad AW LAB. L’aspetto moderno dei punti vendita risulta essere altamente attrattivo per il pubblico.

Rocco Carena afferma “Il digital signage ha permesso di potenziare il marketing mix integrando il materiale di comunicazione in-store con contenuti multimediali molto attraenti ed impattanti agli occhi dei nostri clienti diventando un elemento distintivo di AW LAB. La radio instore rende il marketing di prossimità ancora più coinvolgente fornendo un’identità sonora omogenea al nostro network e ci permette di avere un palinsesto dedicato, composto da musica e comunicazione commerciale”.

### **FUTURO**

L’obiettivo di AW LAB è quello di completare il restyling di tutti i punti vendita entro il 2014.

Inoltre, Rocco Carena, AW LAB Marketing Manager ci confida “Stiamo inoltre lavorando per realizzare un progetto che possa integrare la realtà in store e quella digitale in modo da creare e stimolare una community “store to digital to store”.





**Athletes World** è il retailer italiano di riferimento per lo sport-style.

Nato nel '97, ad oggi conta 150 negozi.

Nel 2011 nasce AW LAB, la nuova generazione di Athletes World, un laboratorio di tendenze in cui concepire lo "urban sport style".

La collezione di AW LAB propone un'ampia selezione di sneaker dei brand sportswear internazionali più famosi e un vasto assortimento di modelli esclusivi realizzati in collaborazione con loro. La proposta si completa con una collezione di apparel e accessori dei maggiori brand sportswear e con una private label di abbigliamento, BeAW.

[www.aw-lab.com](http://www.aw-lab.com)



**Samsung Electronics Co. Ltd.** è una società leader globale nei settori dei semiconduttori, delle telecomunicazioni, dei media digitali e delle tecnologie di

convergenza digitale con un fatturato, nel 2010, pari a 135,8 miliardi di dollari. Con circa 190,500 dipendenti in 206 filiali di 68 paesi, la società si divide in otto unità di business indipendenti: Visual Display, Mobile Communications, Telecommunication Systems, Digital Appliances, IT Solutions, Digital Imaging, Semiconductor e LCD. Riconosciuto come uno dei marchi globali con il maggior tasso di crescita, Samsung Electronics è tra i più importanti produttori al mondo di televisori digitali, chip di memoria, telefoni cellulari e schermi TFT-LCD. [www.samsung.com/it](http://www.samsung.com/it)



Scala ha una passione per la creazione di soluzioni di digital signage intelligenti che muovono i prodotti, i consumatori e il

personale. Scala gestisce oltre 500.000 schermi in tutto il mondo con soluzioni per incrementare le vendite, migliorare la fedeltà al marchio, ottimizzare l'esperienza del cliente e rafforzare gli obiettivi di business. Scala ha la propria sede principale a Philadelphia, in Pennsylvania, e filiali in tutta Europa e in Asia, e oltre 500 partner in più di 90 paesi.

[www.scala.com](http://www.scala.com)

### **M-Cube S.p.A.**

C.so Cavour 2/2d, 34132 Trieste (TS)

Via Aleardo Aleardi 14, 20154 (MI)

Tel. +39 040 634364 / Fax +39 040 3726350

[www.mcube.it](http://www.mcube.it)

### **ABOUT M-CUBE**

Nata nel 2001, fornisce una competenza specifica nel settore della comunicazione e delle tecnologie innovative proponendo, grazie ai propri hardware e software, servizi di intrattenimento e di informazione all'avanguardia.

M-Cube è l'azienda di riferimento nella progettazione e realizzazione di sistemi di in-store radio, instore TV e progetti di comunicazione in digital signage per la diffusione di contenuti multimediali a distanza, espressamente studiati per ogni luogo aperto al pubblico e per le grandi organizzazioni aziendali multi-punto vendita e istituzionali.

Sono clienti M-Cube:

Giorgio Armani, Trussardi, Benetton, Mc Donalds, Euronics, Esselunga, Despar, Obi, Stefanel, Illy, UBI Banca, IBM, Cariparma, Michelin, ATM Milano, BATA, Acqua & Sapone, AW LAB e molti altri.