

Le nuove soluzioni per il fashion con la svolta delle "distance sales"

Specializzati nel digitale omnicanale

DS Group è una società di consulenza specializzata nella trasformazione digitale omnicanale per le aziende che vogliono incrementare le vendite attraverso la proposta e l'implementazione di soluzioni all'avanguardia di intelligenza artificiale, data analytics, progettazione & design thinking e agile. L'azienda opera in due distinte business unit: Enterprise, rivolta alle grandi aziende che intendono cogliere le opportunità di business abilitate dalla tecnologia e dal digital; Fashion & Retail, che propone nei principali canali di vendita innovative soluzioni omnicanale e di "distance sales".

DS GROUP

ALL'AVANGUARDIA

Una gamma ricchissima di servizi

L'offerta completa di DS Group è composta dalle seguenti gamme di prodotti e servizi: Combenia Suite (store app, sales agents app, distance sales e smart showroom); Evolution Technologies, che prevede soluzioni di intelligenza artificiale (riconoscimento vocale, computer vision, chatbot e analisi predittive) di data analytics, di contact center oltre che applicazioni digitali per ogni processo di business in mobilità e Consulting Services (System Integration e Service Design).



LA DIGITAL BOUTIQUE ALL'INTERNO DELLA SEDE MILANESE DI DS GROUP

L'anno che volge al termine ha visto mutare drasticamente le modalità commerciali per quasi tutti i settori. La necessità crescente di rivolgersi ai canali di vendita online, imposta da mesi di lockdown più o meno generalizzato, ha infatti messo moltissimi brand di fronte a concetti quasi completamente nuovi, su tutti quello della vendita a distanza. Un ambito questo, come racconta il fondatore e Ceo di DS Group, Romeo Quartiero, in cui non ci si può improvvisare, e nel quale serve l'assistenza di professionisti capaci di fornire soluzioni digitali innovative. Ciò è oggi fondamentale, soprattutto nel settore fashion a cui l'azienda si sta rivolgendo fortemente con le sue piattaforme, pensate anche per coadiuvare l'attività dei sales assistant nei negozi fisici.

merce con quelli del negozio fisico. Dunque, da un lato ci si avvale delle caratteristiche di velocità e pagamento tipiche delle piattaforme online, e dall'altro si valorizza la competenza e la professionalità dei sales assistant. Per i brand questo innovativo approccio si traduce, di

Le applicazioni sviluppate uniscono i benefici dei negozi fisici con quelli tipici dell'e-commerce

fatto, in un nuovo canale di vendita assistita a distanza, che garantirà alle aziende che per prime lo adotteranno un vantaggio competitivo duraturo nel tempo anche dopo la pandemia.

UN'APP PER I NEGOZI
I tradizionali negozi di abbigliamento sono tra quelli che più hanno sofferto le restrizioni messe in atto da marzo. Tra i punti deboli dei negozi fisici vi è la possibilità, per esempio, che il vestito voluto dal cliente non sia disponibile, o che magari non sia presente del colore e la taglia giusta. Per una platea di consumatori sempre più

abituata a rivolgersi agli shop online, queste limitazioni risultano sempre più inconcepibili, ed è su questi presupposti che DS Group è intervenuta sviluppando un'apposita store app. Lo scopo sta nell'assistere il cliente, con una visione omnicanale dell'attività che permetta di accedere all'intero catalogo dei capi, anche quelli non disponibili al momento.

Un nuovo approccio adatto anche alle esigenze dei negozi indipendenti, che ogni stagione selezionano solo alcuni capi di più brand da proporre ai loro clienti. Il rapporto tra fornitore e singoli operatori del retail potrà

così essere rafforzato, permettendo ai grossi marchi di salvare le realtà indipendenti concedendo la merce in conto visione, ritirando quella invenduta a condizioni particolari a fine stagione, o accettando dilazioni di pagamento. E potendo sfruttare uno stretto canale di comunicazione tra brand e wholesaler focalizzato sulla conoscenza minuto per minuto del sell out di ciascun negozio multi-marca. È in questo modo che la combinazione delle piattaforme di "distance sales" e store app è in grado di cambiare radicalmente le modalità di vendita dell'intero settore del fashion.



UNA RIVOLUZIONE PER IL MONDO DEL RETAIL



NEL RETAIL CAMBIA IL CONCETTO DI VENDITA



VENDITA A DISTANZA

La pandemia ha letteralmente aperto un nuovo orizzonte nelle comunicazioni in modalità video. E il modo in cui i negozi possono adattarsi al meglio al trend sta nell'implementare nella propria attività il concetto di "distance sales". Come spiega Romeo Quartiero, si tratta di un modo completamente nuovo di vendere in video call, che vuole coniugare i pregi dell'e-com-

> STORIA E RICONOSCIMENTI

Un percorso segnato da grandi successi

Fondata nel 1991 a Milano da Romeo Quartiero, DS Group si aggiudica nel 2004 il premio "Soluzione italiana più innovativa dell'anno" grazie agli sforzi profusi nel progetto "Tabula Clinica". Nel 2009 riceve poi da Manager Italia il Premio Eccellenza nell'Ict innovativo, come riconoscimento della leadership maturata nella realizzazione di soluzioni mobile. Nel 2012 Confcommercio le riconosce il Premio Nazionale per l'innovazione nei servizi Ict, e successivamente nel

2015 si aggiudica il "Best in Show" agli Italian Popai Award con il progetto "Digital Boutique". Nello stesso anno riceve anche il Premio Positive Business Award per la categoria Positive Business Image. DS Group si è evoluta negli anni specializzandosi sempre più nella trasformazione digitale omnicanale delle aziende appartenenti a mercati diversi, portando innovazione nella vita quotidiana delle persone attraverso soluzioni su misura b2b e b2c.

NUOVI PROGETTI

Intelligenza artificiale: uno sguardo al futuro

DS Group, per il futuro, ha deciso di continuare a investire sulla propria specializzazione nell'offerta di soluzioni di intelligenza artificiale destinata a diventare sempre più parte integrante dei processi di business (soprattutto in relazione ai servizi al cliente) e in grado di aumentare la competitività oltre che i profitti delle aziende. Le soluzioni AI, già sviluppate da DS Group, permettono di potenziare e

velocizzare le operazioni di lavoro degli utenti attraverso il riconoscimento vocale e di immagini, lo sviluppo di motori predittivi per la gestione di attività e di suggerimento delle Next Best Action e la progettazione di assistenti virtuali intelligenti in grado di interagire tramite linguaggio naturale, rispondere in modo automatico alle richieste o raccogliere informazioni da inviare agli operatori fisici.

