

## JAKALA @ RETAIL HUB

# *What's new normal? L'evoluzione del Cliente e driver di innovazione*

Alessandro Olivari

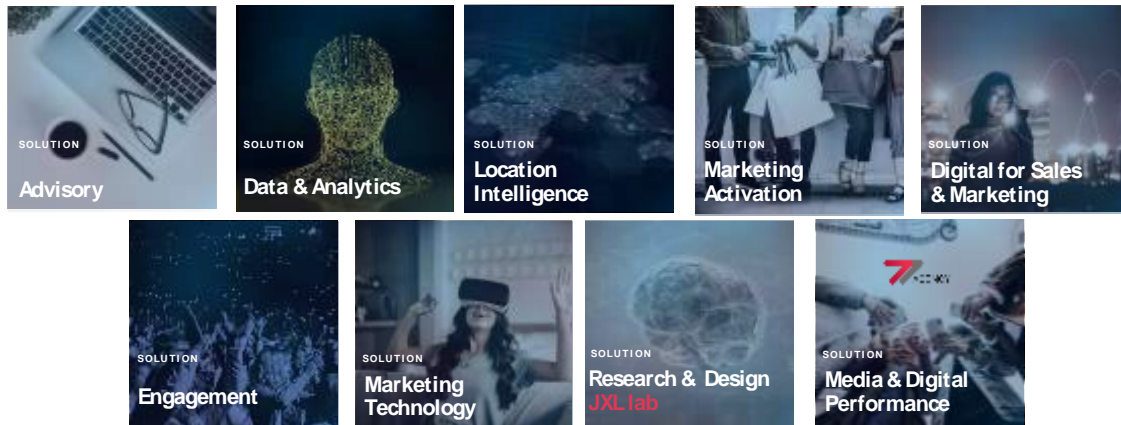
---

*Partner*

# Jakala – Company Profile

## CHI SIAMO

Siamo una MARTECH COMPANY, che supporta i propri clienti per migliorare le loro performance di marketing e di vendita con un impatto misurabile sulla loro TOP LINE, combinando Dati, Advanced Analytics & Artificial Intelligence, Technologies, Contents e Experience Design.

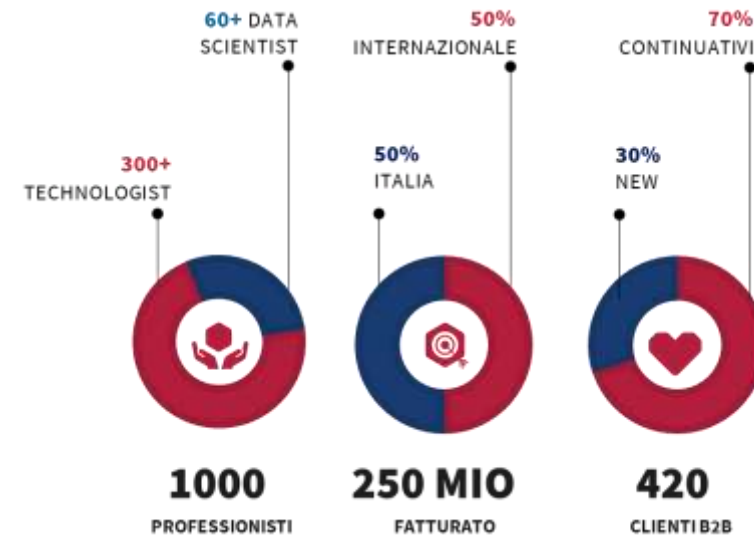


## I NOSTRI NUMERI



PROGETTI  
IN PIÙ DI 30 PAESI

UFFICI  
IN 13 PAESI



# La Customer Experience è un punto cruciale per vedere riconosciuto tutto il valore del proprio Brand

Nuovi elementi tecnologici pensati per rispondere a specifiche funzioni d'uso: il punto chiave è partire dal Customer Journey e disegnare il Ristorante del futuro per rispondere alle esigenze dei clienti

Crescente è l'adozione di pagamenti contactless/e-payment che riducono le interazioni tra clienti e personale in store

Delivery Experience: i servizi di delivery stanno impattando diversi settori, i consumatori italiani continueranno a usufruire di questo servizio anche in futuro, per il quale si prevede una continua crescita

3x

IL RITORNO ECONOMICO SI TRIPLICA PER LE AZIENDE CHE HANNO INVESTITO IN CUSTOMER EXPERIENCE NEL PERIODO DI CRISI VS. CHI NON LO HA FATTO

80%

DEGLI ITALIANI HA INIZIATO O AUMENTATO IL LORO UTILIZZO DI SERVIZI DI (GROCERY) DELIVERY

# Creare un «Emotional Bond» è la chiave per ingaggiare i consumatori e creare fiducia nel tempo

I brand devono continuare a **comunicare** per mantenere l'**engagement** con i propri clienti

I clienti sono i primi a **richiedere** l'**interazione** con i brand, aspettandosi che siano **sinceri**, valorizzino le **persone** ed usino le risorse per il **bene comune**

77%

DEI CLIENTI APPREZZANO QUANDO UN BRAND COMUNICA COME IL MARCHIO È UTILE NELLA «NUOVA» VITA DI TUTTI I GIORNI

86%

DEI CONSUMATORI PENSANO PRIMA AI BRAND CON CUI SONO EMOTIONALLY ENGAGED PER SODDISFARE UN BISOGNO

# Esistono circa 28 mld€ di potenziale non coperti dalle principali catene\* della ristorazione; 11,5 mld€ sono *aggredibili*

Il potenziale della ristorazione rappresenta la stima di fatturato aggredibile nell'arco di un anno in una specifica porzione di territorio e si attesta, secondo la stima Jakala, a 84 Mld € a totale Italia.

## Copertura del territorio:

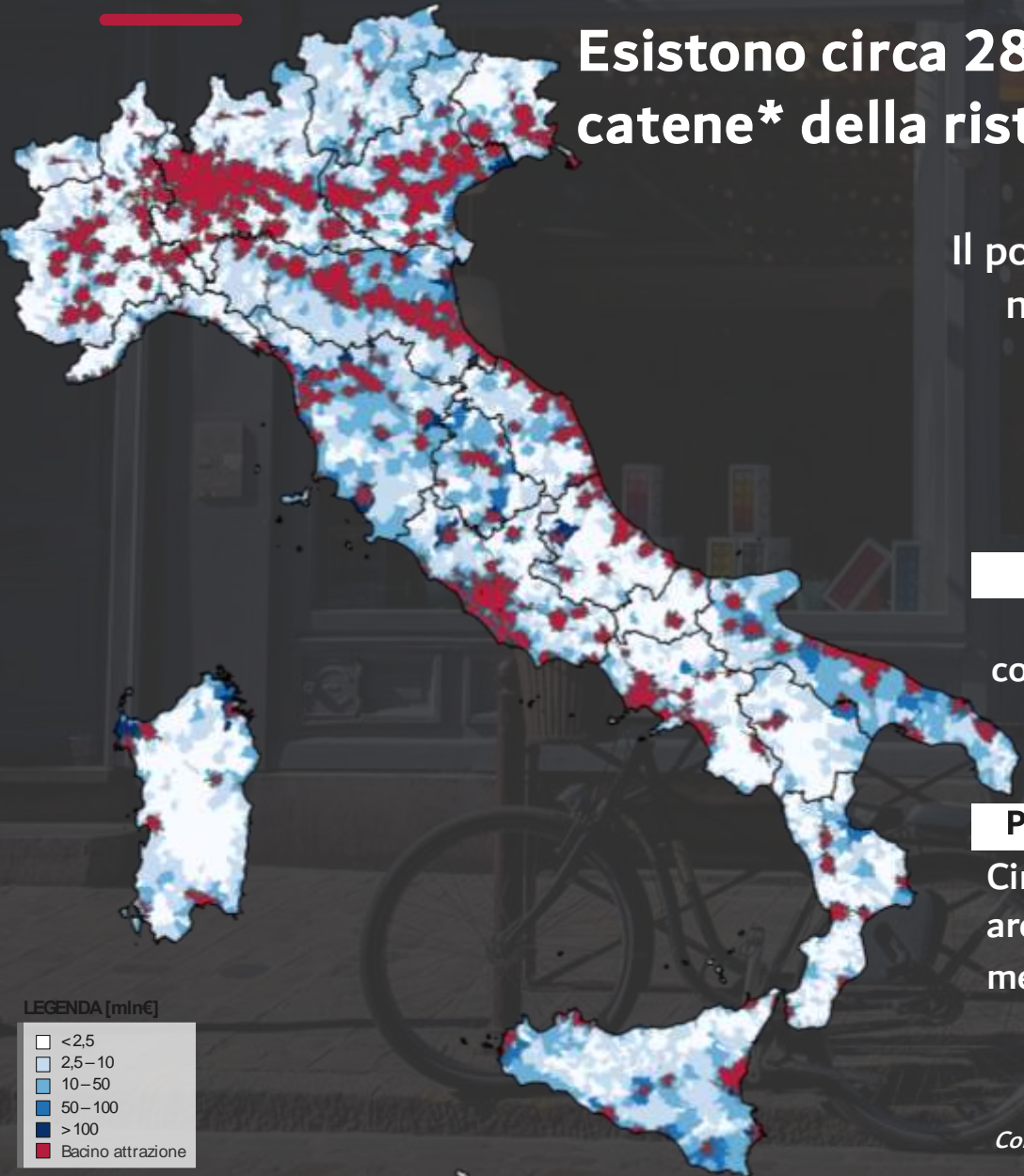
In totale, le grandi catene coprono il 68% del Potenziale (56 mld€).

## Potenziale scoperto aggredibile:

Circa 11,5 mld€ concentrati in aree geografiche con potenziale medio-alto.

## IL POTENZIALE SCOPERTO COME PUÒ ESSERE AGGREDITO?

Il potenziale attualmente scoperto è aggredibile adottando soluzioni innovative capaci di intercettare la domanda, nuovi need, abitudini e comportamenti dei consumatori.



LEGENDA [mld€]

- <2,5
- 2,5-10
- 10-50
- 50-100
- >100
- Bacino attrazione

Confidential – Not for further disclosure

# Su cosa si devono focalizzare i Food Retailer per assecondare i cambiamenti in atto nel mercato?

## CUSTOMER EXPERIENCE & LAYOUT INNOVATION

Ottimizzazione della customer experience digitale, con particolare focus sull'adattamento del layout dei ristoranti, anche in ottica Phygital

## NEW BUSINESS & OPERATING MODEL

Individuazione di nuovi revenue stream volti al potenziamento del delivery, di nuovi business model e di una esperienza pienamente *contactless*

## CRM & LOYALTY

Creare engagement, rapporto emozionale e di fiducia con il cliente. Personalizzare le comunicazioni per creare un rapporto duraturo nel tempo.

## GEOLOCAL MEDIA PLAN OPTIMIZATION

Disegno del piano media digitale in chiave hyper-local per focalizzare e ottimizzare gli investimenti media

## NETWORK & CHANNEL RESHAPING

Network development e attivazione /ottimizzazione del delivery con approccio geo-data-driven micro-territoriale

## COMMERCIAL & PRICING OPTIMIZATION

Analisi e ottimizzazione della strategie di pricing ed degli obiettivi commerciali utilizzando variabili esogene e la stima delle performance to-be dei PdV

Confidential – Not for further disclosure



---

**Alessandro Olivari**

*Partner, Jakala*

[alessandro.olivari@jakala.com](mailto:alessandro.olivari@jakala.com)

**Grazie per l'attenzione**