



Omnichannel Retail Intelligence PE'19

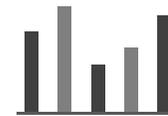
benchmarking competitivo per il rafforzamento del posizionamento di mercato

- 28^a edizione -



Intelligence omni-channel

> Monitora i canali online e offline di concorrenti e benchmark; compara i dettagli della struttura di assortimento, architettura prezzo e percorsi di acquisto



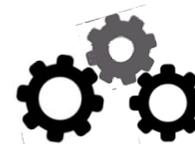
Monitoraggio dinamico

> Analizza l'assortimento per stagione, evento, promozione, saldi; esamina i raggruppamenti di prodotto e il tasso di rinnovo settimanale; confronta i cambiamenti nel tempo



Completa personalizzazione

> Seleziona concorrenti, canali, location, frequenza di monitoraggio; indica come comparare i dati con i tuoi brand



KPI rilevanti per il business

> Identifica i driver della strategia commerciale di benchmark e concorrenti; approva il piano di azione per il miglioramento delle prestazioni



Supporto alla strategia commerciale

- La retail intelligence è una fondamentale strumentazione per migliorare il posizionamento di mercato e accrescere la prestazione commerciali
- I nostri servizi forniscono dati quantitativi, analisi in profondità, confronti con benchmark e concorrenti, linee guida per migliorare i KPI
- Operiamo in qualunque mercato in 4 aree:

1.

Posizionamento di mercato e strategia

- ampiezza di offerta
- architettura prezzo
- mix di stile e uso finale
- mix per categoria
- soglie di prodotto
- strategia multicanale

2.

Stima della produttività

- volume di vendite
- vendite/m2
- rotazione di prodotto
- conversione da visitatore a cliente
- basket analysis

3.

Struttura dell'assortimento

- mix di prodotto
- numero di opzioni per punto prezzo
- driver di assortimento
- confronto con anni/periodi precedenti

3.

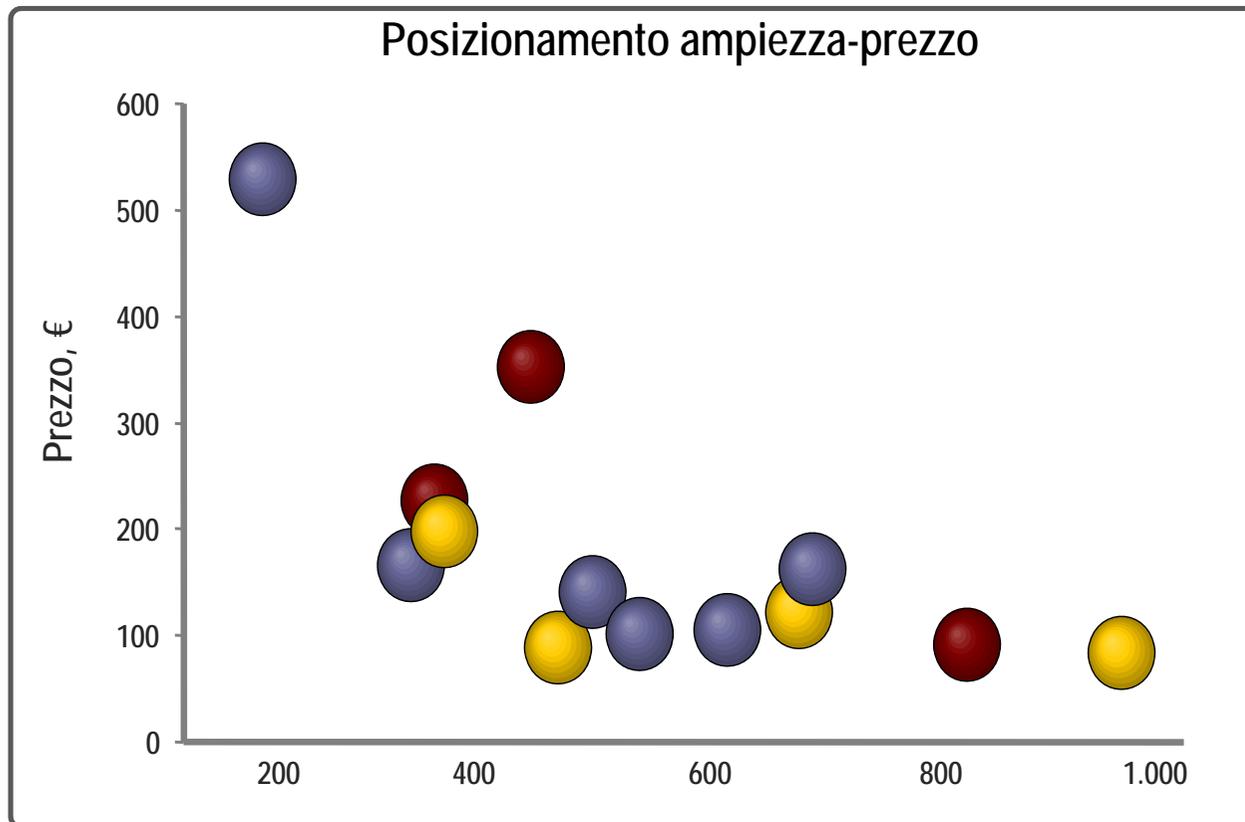
KPI del display e delle vetrine

- densità di opzioni, unità
- da m2 a m di display
- display a terra e a parete
- strategia di manichini
- tecniche espositive
- copertura fotografica

1. Posizionamento di mercato e strategia

• Posizionamento del retail brand

- posizionamento ampiezza-prezzo
- numero di categorie, brand, label, segmenti
- Stile e uso finale del prodotto, store zoning



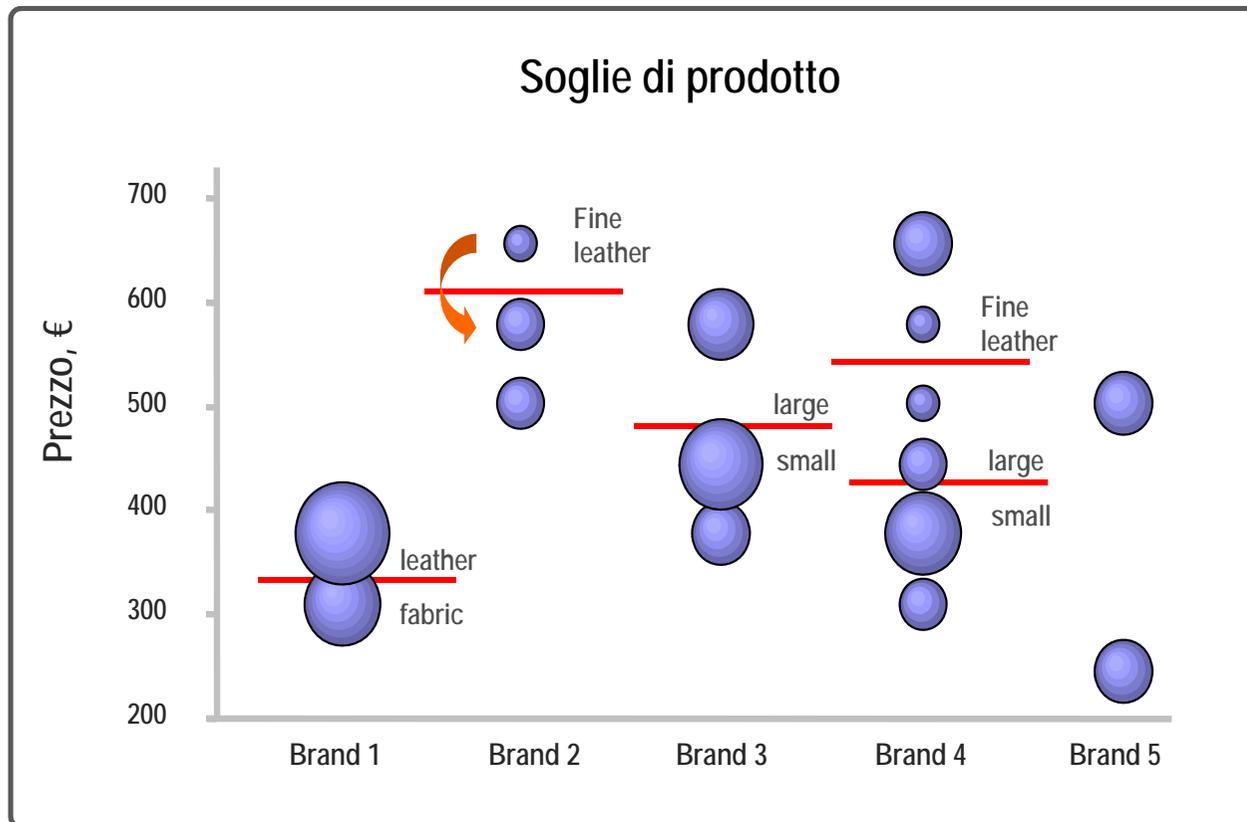
KPI tipici

- shopping bag
- ampiezza di assortimento
- posizionamento di mercato
- Segmentazione
- prezzi minimi e massimi
- confronto tra periodi diversi

1. Posizionamento di mercato e strategia

• Soglie di prodotto e competitività dell'assortimento

- materiale/dettagli dell'assortimento per fascia prezzo
- livelli standard di mercato
- fattori di differenziazione



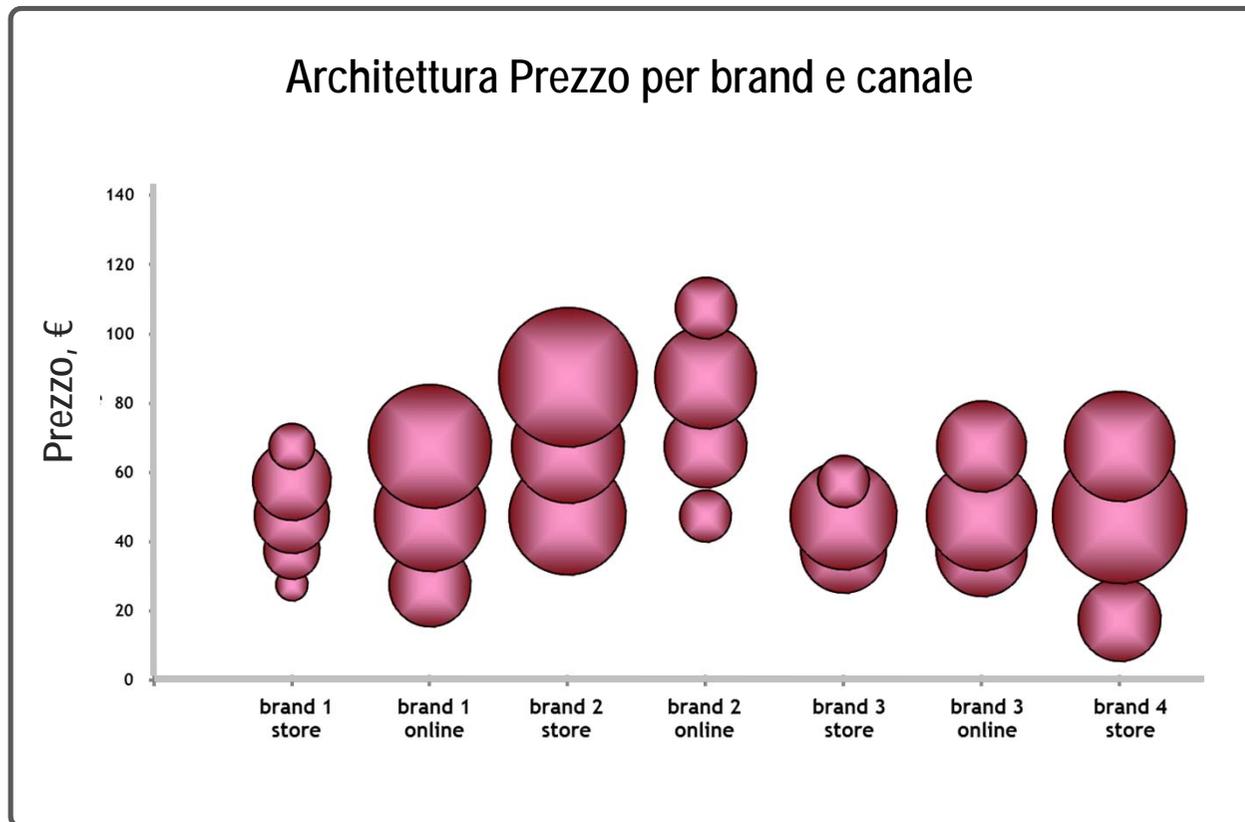
KPI tipici

- punti di parità
- punti di differenziazione
- struttura dell'assortimento
- soglie di prodotto
- mix di stile e uso finale
- segmentazione dell'assortimento

1. Posizionamento di mercato e strategia

• Strategia multicanale

- mix di prodotto e struttura dell'assortimento
- strategia di prezzo
- strategia di ampiezza e profondità



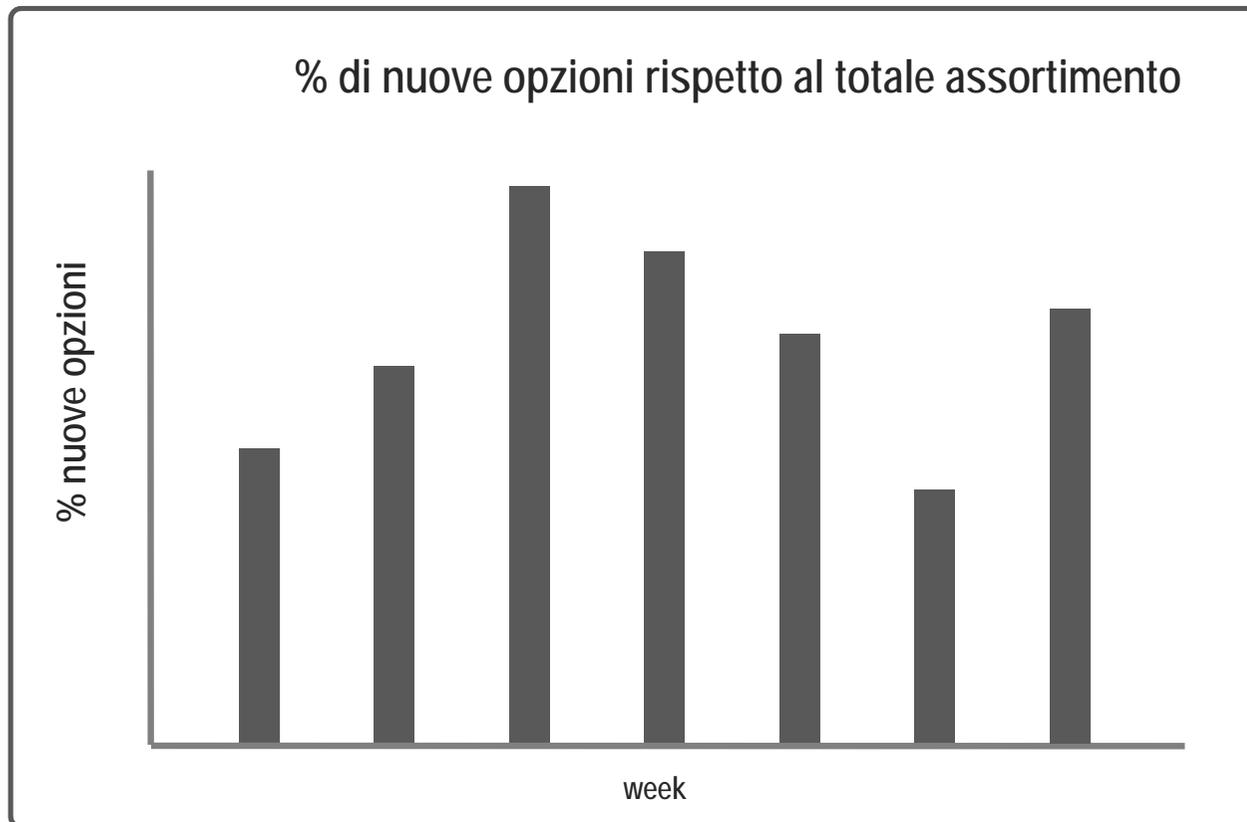
KPI tipici

- strategia multicanale
- mix di prodotto
- struttura di assortimento online e offline
- soglie di prodotto
- strategia di prezzo
- varianza di prezzo

1. Posizionamento di mercato e strategia

• Strategia di assortimento online

- assortimento caricato settimanalmente
- percorsi di acquisto e duplicazione di prodotto
- assortimento per evento e per periodo



KPI tipici

- tasso di rinnovo settimanale
- numero di percorsi di acquisto
- struttura di assortimento per periodo ed evento
- architettura prezzo per categoria, campagna, segmento
- numero di colori per stile

1. Posizionamento di mercato e strategia

• Comunicazione e strategia di display

- Strategia delle vetrine e frequenza di rinnovo
- Numero di opzioni esposte
- Tipo di coordinazione e pricing
- Numero di stili dei manichini
- Tipo e dimensione della grafica di negozio

typical KPIs

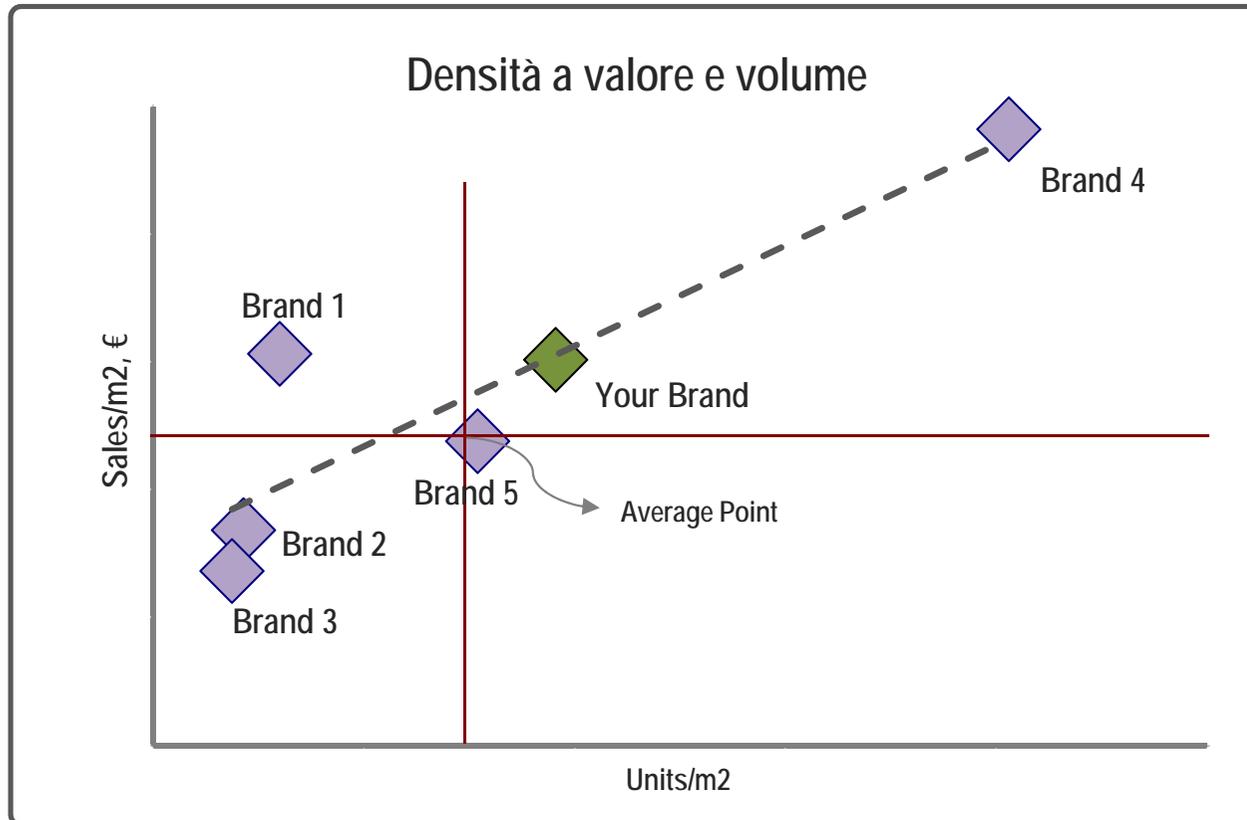
- Frequency of renewal
- Number of options on display
- Price points
- Product type on display
- Mechanics for communication

	H&M	Zara	Next	Primark	Uniqlo	Top Shop	River Island	New Look	Miss-Guided	Pull & Bear	Stradivarius	Bershka	Jack Jones
No window					●	●			●		●		
Open	●	●											
Closed	●												
Half closed			●	●	●		●	●		●		●	●

2. Produttività

• Livelli di produttività a volume e valore

- vendite a quantità
- vendite a metro quadrato
- conversione da visitatore a cliente



KPI tipici

- traffico di negozio
- tassi di conversione
- scontrino medio
- produttività
- mix per genere
- dimensione di negozio



2. Produttività delle categorie

• Linee guida sulla prestazione dell'assortimento (*)

- rotazione di prodotto
- mix di vendita rispetto a mix immesso
- ruolo di categoria

	Sold option/ visible options	Visible / available option	Units sold / option	Units sold/ option / week
Category 1	32%	65%	12	2.5
Category 2	21%	80%	18	5.1
Category 3	22%	79%	15	3.1
Category 4	34%	57%	10	2.0
Category 5	40%	83%	8	4.3
Category 6	45%	90%	9	6.1
Category 7	47%	77%	2	1.3
Total	35%	76%	11	2.9

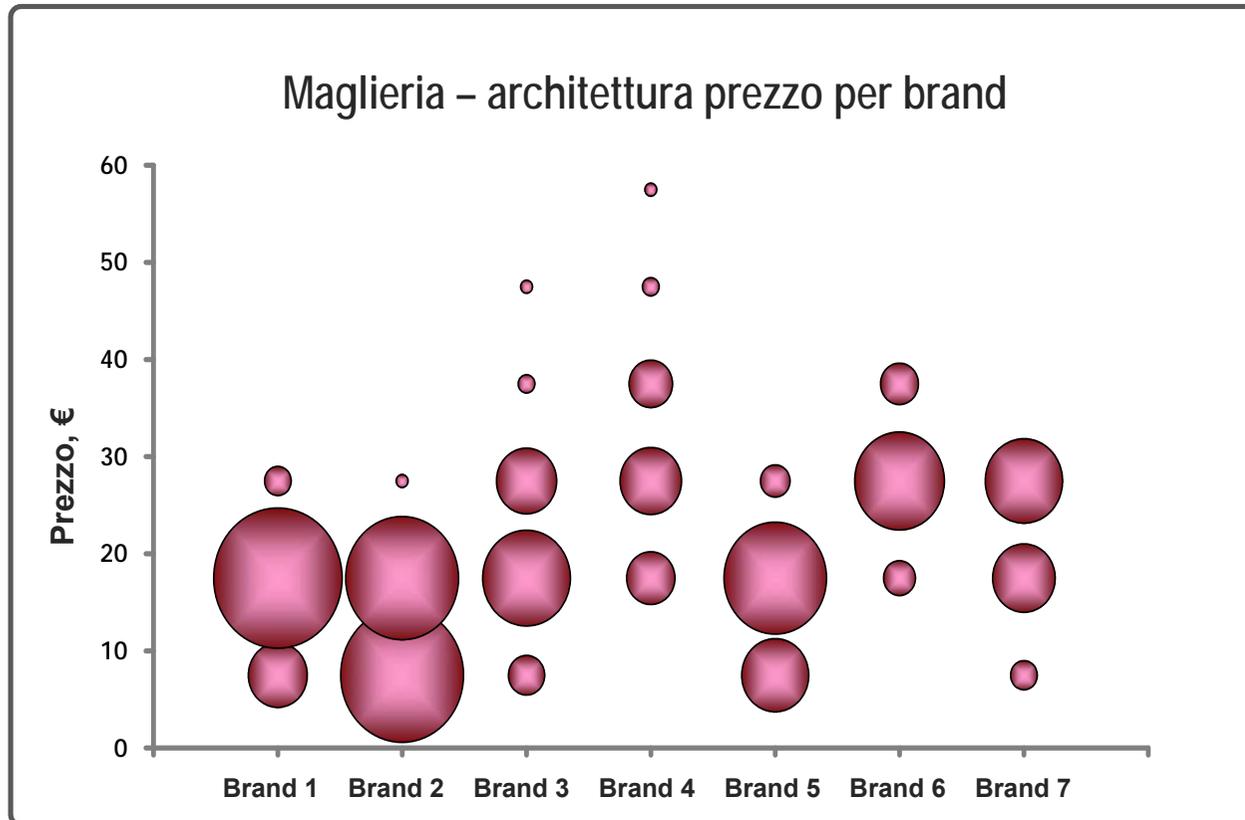
typical KPIs
• sold options/ visible options
• visible options/ available options
• units sold/option
• units sold/option/week
• customer penetration by category
• customer penetration by brand / label

(*) soltanto per negozi diretti con la nostra soluzione di Category Management

3. Struttura dell'assortimento

• Architettura prezzo

- struttura dell'assortimento per fascia prezzo per funzione
- numero di opzioni per fascia prezzo
- gap ed eccesso di offerta



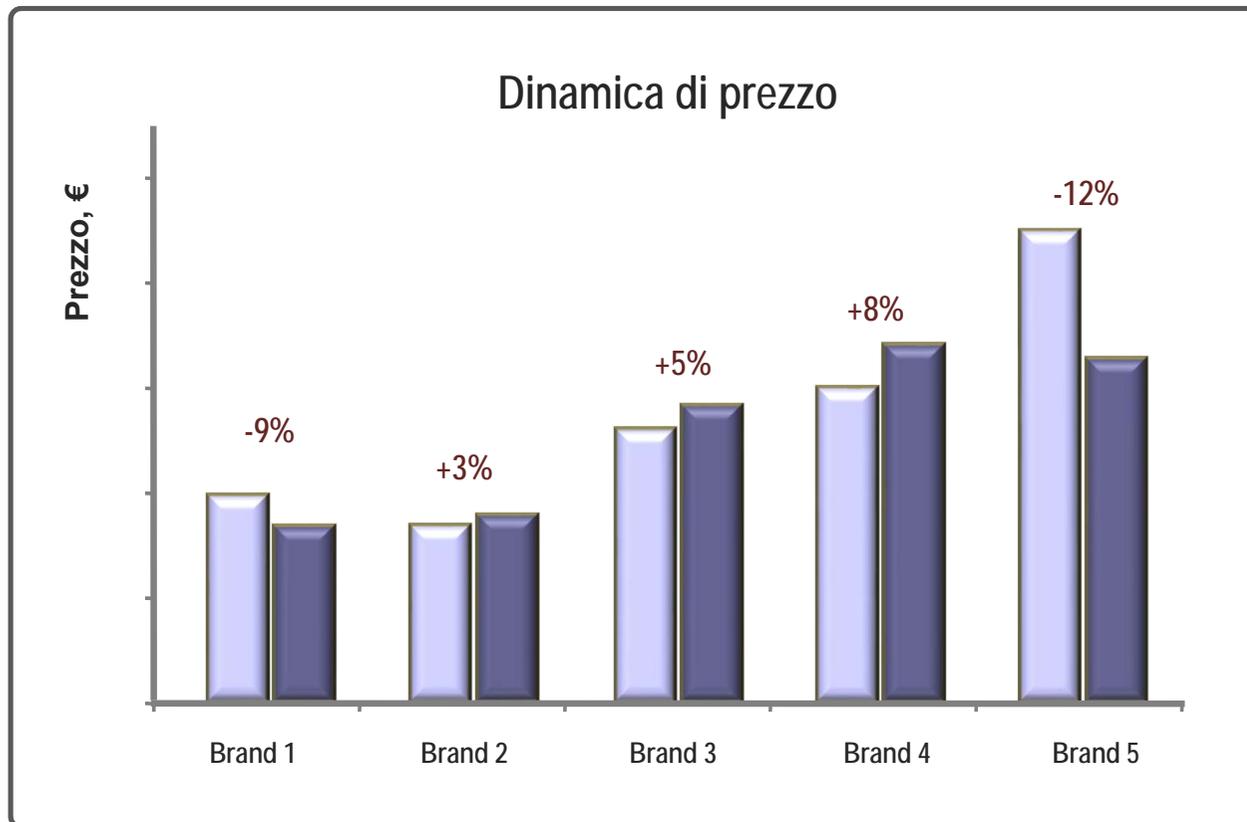
KPI tipici

- numero di punti prezzo
- fasce prezzo sopra e sotto rappresentate
- varianza dell'offerta per categoria
- autorità di assortimento
- classifica di prezzo per categoria
- segmenti di offerta mancanti

3. Struttura dell'assortimento

• Dinamica di offerta

- variazioni di prezzo per canale
- dinamica della struttura dell'assortimento
- evoluzione del mix di prodotto



KPI tipici

- prezzo online vs offline
- struttura dell'assortimento online vs offline
- variazione assortimento nei diversi format
- struttura nei diversi momenti della stagione
- confronto struttura rispetto anni / periodi passati
- confronto tra assortimento in monomarca e multimarca





4. Display KPIs

• Esperienza di acquisto e coerenza del display

- densità delle strutture espositive
- densità espositive
- zoning del negozio

	opzioni per metro lineare	pezzi per metro lineare	conversione da m2 a LM	strutture a parete vs a terra
Store 1	3.9	12	4.1	60%
Store 2	5.2	15	4.6	55%
Store 3	6.3	18	5.1	48%
Store 4	4.1	12	5.3	52%
Store 5	5.5	14	4.3	55%
Store 6	5.2	19	5.5	65%
Store 7	4.1	13	3.9	61%
Store 8	6.0	20	5.9	65%
Store 9	5.1	17	6.1	59%

KPI tipici
• opzioni per metro lineare
• pezzi per metro lineare
• conversione da m2 a metro lineare
• strutture a parete vs strutture a terra
• confronto tra formati e concept



Servizi di Retail Intelligence - PE'19

- Offriamo una combinazione unica di flessibilità', esperienza e competenze specifiche nel retail

1. servizio personalizzato – tu scegli:

- numero di negozi analizzati
- concorrenti e benchmark
- location
- tempistica delle rilevazioni
- frequenza
- dati e KPI richiesti

2. in tutti I settori non food

- | | |
|---------------------|---------------|
| • Abbigliamento | • Orologi |
| • Moda | • Gioielli |
| • Calzature | • arredo casa |
| • Accessori | • Ottica |
| • Borse | • Elettronica |
| • salute / bellezza | • ipermercati |

3. in tutti i canali formati

- monomarca, diretti, in franchising
- negozi online
- multimarca
- temporary store, negozi non convenzionali
- centro città vs centro commerciale
- negozi flagship, standard, piccoli

> risultati:

- indagine personalizzata ed esclusiva
- progetto svolto da team di consulenti esperti
- esecuzione in 4-6 settimane
- documentazione quantitative dettagliata
- KPI rilevanti per il business e piano di azione
- presentazione dei risultati

per ulteriori informazioni sui risultati della nostra Business Intelligence contattaci a info@ispira.com



Profilo di Ispira

about us

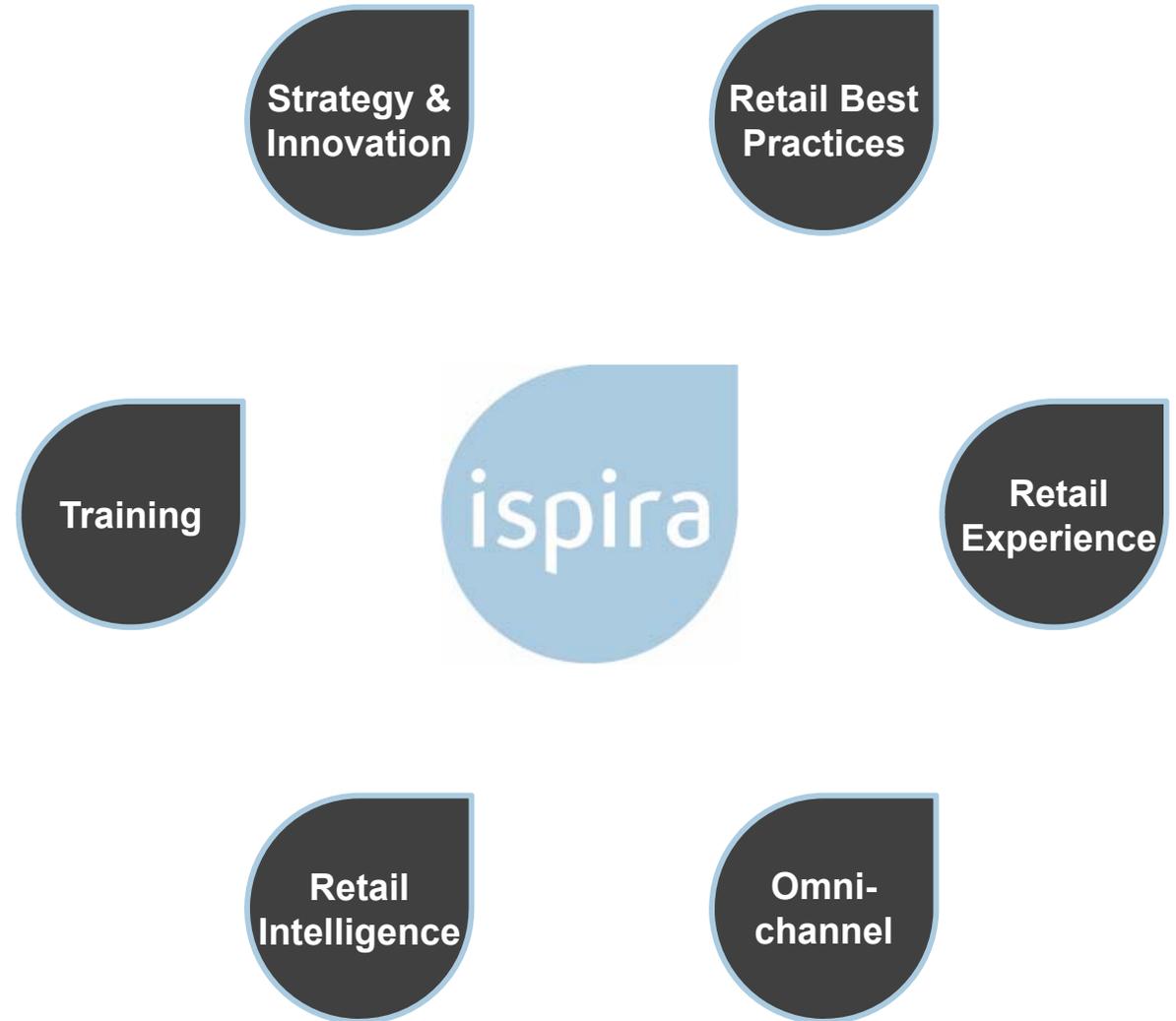
ispira

Ispira Ltd is a retail consulting practice providing vision, innovation and profitable delivery in omnichannel retailing, retail strategy, retail merchandising, retail experience, store marketing, retail intelligence.

With offices in London and Rome, we operate in competitive environments supporting the development of successful business models.

- We operate in 6 areas:
 1. Strategy and innovation
 2. Retail Best Practices
 3. Retail experience
 4. Omnichannel
 5. Market Intelligence
 6. Training

Ispira: Passionate About Retail





Team and experience

- We have a team of strategists, retail experts and creative team who have worked with leading international retailers in highly competitive markets. Some of our clients include:

Brand				
Adidas	Cortefiel	Hugo Boss	Miroglio	Porcelanosa
Alessi	DBApparel/Dim	Iceberg	Mondadori	Prenatal
Allsaints	Domus Academy	IC Group	Motivi	Promod
Armani	Emerisque Brands	Imaginarium	M&S	Replay
Autostrade	Emporio Armani	Intesa BCI	Natuzzi	Safilo
Bata	Ferragamo	KappAhl	Nespresso	Salsa
Benetton	Ferrari	Koton	Optissimo	Sia
Bonprix	Fornarina	La Martina	OVS - Oviessa	Springfield
Boots	Geox	Luisa Spagnoli	Ozward Boateng	SunCapital Partners
Bottega Verde	GoldenPoint	Luxottica	Panorama	Terranova
Camper	Gruppo Pam	Malo	Parah	The North Sails
Carrefour	Harmont & Blaine	Marella	Peuterey	VF Corporation
Coin	HMV	Marzotto	Piazza Italia	Zara



Ispira Ltd

United Kingdom

90 Long Acre
WC2E 9RZ, London
t: +44 20 7903 5385

Italy

piazza del Popolo, 18
00187 Rome, Italia
t: +39 06 3671 2395