



*Uno store aperto 24/365, fruibile in modalità self service, integra la rete vendita*

## **Würth Automatic Store, per innovare e integrare l'esperienza di acquisto online e offline**

*Il progetto nasce dalla partnership Hevolus Innovation e ICAM e rivoluziona in chiave "phygital" l'esperienza di acquisto dei clienti Würth, con un innovativo touch-point fruibile in modalità self-service*

### **L'ente**

Il Gruppo Würth è leader mondiale nella distribuzione di prodotti e sistemi per il fissaggio e il montaggio con oltre 125.000 prodotti in gamma tra cui minuteria metallica e plastica, utensileria elettrica, pneumatica e per la lavorazione del legno, prodotti chimici, abbigliamento e attrezzatura antinfortunistica, sistemi di immagazzinamento e allestimenti per officine.

Nel 1945 viene fondata la Adolf Würth GmbH & Co. KG e attualmente il Gruppo Würth è presente in 84 paesi con più di 400 aziende. Impiega oltre 76.000 collaboratori, di cui 33.000 Tecnici Venditori, ed è un riferimento per 3,4 milioni di clienti nel mondo. L'azienda ha fatturato a livello mondiale 12,7 miliardi di euro nell'anno 2017; in Italia ammonta a 460 milioni di euro.

Attiva sul mercato italiano dal 1963, Würth fa parte di quel 5% di aziende che in Italia ha investito nell'omnichannel customer experience, dedicando un effort importante allo sviluppo della multicanalità, sia nella sua dimensione strategico-organizzativa, sia in quella connessa all'analisi di dati e alle tecnologie digitali. Oggi, Würth Italia conta 150 punti vendita e una fitta rete commerciale, ed è sempre vicina ai propri clienti grazie all'online-shop attivo 24/7 e alla Würth App scaricabile gratuitamente.

### **L'idea in breve**

Garantire un servizio sempre più efficiente e facilitare l'attività di acquisto su tutti i touchpoint, integrando il canale offline e online, con un approccio phygital: con questo obiettivo nasce il progetto del "Würth Automatic Store", il punto vendita che unisce alla possibilità di comprare sul posto quella di ritirare gli acquisti effettuati online in orari flessibili, 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, senza attese di corrieri o mancate consegne. I clienti potranno recarsi al "Würth Automatic Store" anche negli orari notturni o in primissima mattina e rifornirsi della merce di cui hanno bisogno, in piena autonomia.

Il progetto è stato sviluppato grazie alla collaborazione con Hevolus Innovation partner tecnologico

Gruppo Würth

Settore: Commercio

Sito web: <https://eshop.wuerth.it/it/IT/EUR>



di Würth Italia e Würth Group per iniziative di Corporate Open Innovation, e con ICAM, azienda specializzata, da oltre 60 anni, nella progettazione e produzione di innovativi sistemi automatici per lo stoccaggio e la distribuzione di materiali in ambito industriale, ospedaliero, urbano e Retail. Il primo “Würth Automatic Store” sarà installato in uno dei distretti industriali del Nord-Est del nostro Paese e inaugurato nel 2020. In seguito, si prevede di lanciare altri “Würth Automatic Store” su tutto il territorio nazionale, in distretti/zone industriali di porti, aeroporti, grandi cantieri.

### **BuyBox, l’innovativo touch-point “phygital”**

BuyBox è la soluzione progettata per Würth e consiste in un vero e proprio punto vendita automatico installato all’esterno, basato su una struttura modulare, integrata all’interno di un container amovibile, lungo 13 metri, resistente agli agenti atmosferici, oltre che ad atti vandalici.

La struttura, dimensionata ad hoc sulle specifiche esigenze di Würth, permette la gestione di 1.800 articoli, oltre 6.000 referenze, molto diversi tra loro per dimensioni, peso e confezionamento, fra cui articoli in temperatura controllata, gestiti grazie a un sistema di condizionamento.

L’acquisto, il ritiro o il rifornimento dei materiali avviene mediante l’In-Out Point, progettato secondo i criteri di sicurezza, ergonomia e del design-for-all.

Il negozio automatico è integrato con i sistemi di Würth per la gestione degli ordini e della logistica e prevede anche un coordinamento delle attività di call center utente, in linea con il Customer Journey omnicanale disegnato da Hevolus.

Il cliente può scegliere se comprare direttamente dal “Würth Automatic Store”, selezionando gli articoli dal display touch-screen ed effettuando il pagamento tramite POS, o ritirare la merce acquistata online. In questo secondo caso, dopo aver effettuato il pagamento, il cliente riceve, tramite notifica su smartphone, un QR Code per il ritiro. A questo punto, deve semplicemente recarsi presso il “Würth Automatic Store”, quando gli è più comodo; dopo aver scansionato il codice tramite l’apposito lettore, riceverà in automatico la merce acquistata. In alternativa, potrà farsela recapitare da un bike courier, quando e dove serve, grazie all’integrazione del servizio nella piattaforma ICAM. Il codice è individuale, in modo da effettuare il ritiro in piena sicurezza.

In caso di intemperie, il cliente o l’addetto al rifornimento potranno effettuare le operazioni grazie alla pensilina di protezione, installata in prossimità dell’In-Out Point.

### **Benefici**

Pensato per rispondere alle esigenze d’acquisto di quei clienti che necessitano di maggiore flessibilità oraria, “Würth Automatic Store” garantisce merce sempre disponibile e un servizio di approvvigionamento efficiente, veloce e sicuro, offrendo più modalità e opportunità di acquisto e un notevole risparmio di tempo.

I benefici per Würth sono le maggiori opportunità di vendita grazie all’operatività 24/7, la possibilità di testare le potenzialità commerciali di nuove aree, la facilità e la diminuzione dei costi di apertura di un nuovo punto vendita.



Napoli, 12-13 dicembre 2019



Inoltre “Würth Automatic Store” migliora la catena di riassortimento, riducendo tempi e costi del primo e dell’ultimo miglio e assicura il monitoraggio in tempo reale dello stock disponibile e dei dati di vendita per il miglioramento del merchandise mix.