



Il progetto “Phygital Customer Journey in store” si evolve per rendere la customer experience ancora più fluida e connessa: diventa multidevice e multiplayer

Mondo Camerette immerge i propri clienti in una realtà esperienziale nuova

Giuseppe Caruso, presidente di Mondo Camerette: “I nostri clienti sono giovani, connessi e molto attenti alla qualità dei prodotti. Per questo per noi è fondamentale offrire una nuova esperienza di vendita. Grazie alla realtà aumentata e virtuale, la visita nei nostri store diventa un viaggio tridimensionale e multisensoriale”.

L'azienda

La Mondo Camerette nasce nel 2012 quando è stato aperto il primo punto vendita in Pozzuoli (Na) con solo cinque dipendenti. Oggi l'azienda ha aperto 21 punti vendita da nord a sud, ha complessivamente 153 dipendenti con un fatturato annuo di circa 18 milioni di euro. Nel 2020 è prevista l'apertura di uno showroom presso 'Serravalle designer outlet'.

L'idea in breve

All'avanguardia rispetto al mercato e molto attenta all'innovazione tecnologica, Mondo Camerette coglie la sfida dei consumatori di oggi che, sempre più esperti e digitali, richiedono esperienze personalizzate, integrate, iperconnesse, omnicanali e ad alto valore aggiunto.

Da questo nasce il progetto “Phygital Customer Journey in store” ideato e sviluppato per Mondo Camerette da Hevolus Innovation, azienda leader nel settore della phygital customer experience e partner internazionale di Microsoft per la Mixed Reality.

Già vincitore del Premio Innovazione SMAU Napoli 2018, il progetto è stato ulteriormente implementato in chiave multidevice e multiplayer con l'obiettivo di supportare al meglio i visitatori, grandi e piccini, nella scelta e nell'acquisto della propria cameretta grazie all'utilizzo di realtà aumentata, olografica e virtuale su dispositivi fissi, mobili e indossabili.

Augmented Store

Dall'accoglienza del cliente fino alla fase finale dell'acquisto, il customer journey ridisegna i touchpoints con approccio cliente-centrico, associando a ognuno di essi il tool tecnologico più adatto. In particolare, l'Augmented Store sviluppato da Hevolus Innovation supporta l'esperienza



phygital del consumatore in negozio permettendo di visualizzare contenuti digitali tridimensionali e multimediali che coesistono nella realtà fisica dello store. La piattaforma è stata implementata in chiave multidevice e questo fa sì che l'esperienza possa essere vissuta, in modo molto fluido e senza imbarazzo tecnologico, con diversi dispositivi (fissi, portatili e/o indossabili), inclusi il computer olografico Microsoft HoloLens 2, i visori di mixed reality immersiva, PC, laptop, dispositivi mobili e tablet (iOS e Android).

Grazie alla tecnologia room scale, ancoraggi spaziali e spatial sounds l'esperienza di visualizzazione delle camerette diventa per il cliente davvero un'esperienza coinvolgente.

Come funziona

I consulenti, sempre presenti nel network di Mondo Camerette, realizzano il progetto grafico della cameretta in 3D. Un progetto personalizzato, su misura e unico sulla base delle necessità e dei gusti del cliente. In pochi minuti il progetto viene elaborato ed è pronto per essere "vissuto" dal cliente. Immediata e interattiva, a seconda del dispositivo usato l'esperienza avrà un grado di immersività diverso. Il primo livello è quello della realtà aumentata: sarà infatti possibile visualizzare le camerette in dimensioni reali o in scala ridotta su un tablet o su uno smartphone, per poi esplorarne ogni dettaglio camminando e muovendo il tablet e interagire con ogni parte dell'ambientazione sfruttando funzioni touchscreen. Indossando gli HoloLens invece il visitatore vedrà comparire, nello spazio fisico dello showroom, l'ologramma della cameretta e, oltre che muoversi al suo interno, potrà spostare i modelli con le mani e personalizzare dettagli e finiture attivando menu contestuali e multisensoriali. Infine, con visori e controller di mixed reality l'utente godrà di un'esperienza completamente immersiva e si muoverà nella riproduzione 3D della cameretta in scala reale, perfettamente posizionata e ancorata agli spazi fisici dello showroom. Rispetto a soluzioni di virtual e mixed reality, si tratta di una soluzione ancora più evoluta perché integra funzionalità avanzate quali la tecnologia room-scale e il sound spaziale.

La prima abilita il libero movimento dell'utente nello spazio fisico e la fedele riproduzione dello stesso movimento nell'ambiente virtuale, permettendo all'utente di camminare nello store virtuale. La seconda è un suono fuori campo attivato secondo criteri prefissati: il motore audio della Windows Mixed Reality riproduce il suono 3D usando la direzione, la distanza e le simulazioni ambientali, così rendendo gli ologrammi credibili e l'esperienza utente straordinariamente coinvolgente. Completamente basato su tecnologie Microsoft, l'Augmented Store usa gli ancoraggi spaziali, che permettono di condividere l'esperienza anche a distanza.

Benefici

Il "Phygital Customer Journey in store" integra mondo fisico e digitale per rendere la customer experience ancora più completa e soddisfacente.

Il cliente finale potrà vivere un'esperienza di acquisto straordinaria, immediata, immersiva, fluida e veloce, potendo interagire sia con il prodotto che con le persone usando il device preferito. I



confini tra l'esposizione fisica e quella digitale scompaiono; lo showroom diventa infinito, acquisendo una capacità espositiva senza limiti, continuamente modificabile e aggiornabile, per offrire servizi personalizzati e migliorare il rapporto one-to-one con i consumatori.

Il customer journey phygital, multidevice e multiplayer aumenta del 40% il fatturato nei punti vendita e abbatte dell'80% i tempi di decisione di acquisto.

Il sistema inoltre permette da un lato di ridurre lo spazio espositivo reale e dall'altro di rendere illimitata la gamma di composizioni, modelli, colori e finiture da proporre al cliente.