



E io mi connetto alla vetrina

Specchi con la realtà aumentata, dialogo con i manichini attraverso lo smartphone, Powa Tag sulle targhette degli abiti. Lo shopping 2.0 è in continua evoluzione: presto si potrà condividere con gli amici perfino un abito dall'interno del camerino

TECNOLOGIA

Che delusione entrare un negozio e non trovare la taglia o il colore di quell'abito che tanto ci piace, oppure acquistare un ombretto e accorgersi, arrivate a casa, che proprio non c'entra nulla con il nostro colore della pelle. Tutto ciò sarà solo un brutto ricordo se si sanno scegliere i negozi dove fare shopping. Infatti, in quest'era ad alto contenuto tecnologico, anche i punti vendita si sono attrezzati per far vivere al cliente esperienze 2.0. Pioniere nel settore make up, il Techno Experience Beauty Store di Sephora dove, oltre all'Olfactive Wall (una parete attraverso la quale si può interagire con le diverse famiglie olfattive e le materie prime che le compongono), è stato installato il 3D AR Mirror. Si tratta di uno specchio con realtà aumentata messo a punto da ModiFace che grazie a un monitor dotato di una microcamera acquisisce l'immagine del cliente. È possibile poi, con un semplice tocco, selezionare trucchi di diversi colori e texture per vedere come appare il make-up da tutte le angolazioni, semplicemente muovendo il volto.

LE OPZIONI

Per saltare le noiosissime code alle casse, che a volte fanno desistere dall'acquisto i meno pazienti, Motivi ha installato, nel suo flagship milanese, Powa Tag. Basta leggere, con un tablet o uno smathphone, il PowaTag sulla targhetta dei prodotti per acquistarli e pianificare la consegna a casa o il ritiro immediato in negozio. Inoltre i clienti che

DA SEPHORA SI PUÒ INTERAGIRE CON L'OLFACTIVE WALL L'APP MAISON ALMAX FORNISCE TAGLIE E COLORI DEI CAPI

acquistano tramite questo sistema hanno la possibilità di scegliere opzioni del prodotto, quali misure e colori.

Con i device è possibile anche dialogare con i manichini. Infatti basta installare l'app Maison Almax, attivare il bluetooth sul proprio smartphone e passare in prossimità di uno Smart Mannequin per ricevere le informazioni sui prodotti, la disponibilità di taglia e di colore oltre che offerte personalizzate, video di presentazione e molto altro. Con l'app Iconeme basta essere nel raggio

di 50 metri dal manichino VMBeacon per ricevere, in maniera automatica, informazioni sugli abiti e sugli accessori esposti, quali prezzo e link per acquistarli direttamente dal sito web, oppure indicazioni su dove possono essere trovati all'interno del negozio.

IL FATTORE UMANO

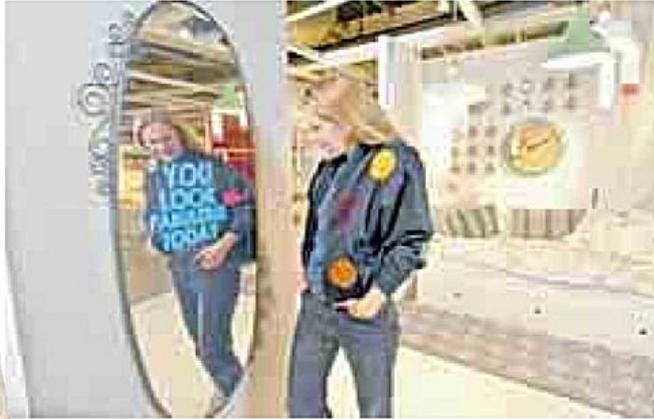
Con Smart Utility Italccheck invece si può, inquadrando il codice a barre presente sul cartellino, ottenere informazioni sull'intera filiera produttiva del prodotto che si vuole acquistare. «Tutta questa tecnologia – spiega Simonetta Simonelli, co-fondatrice di TheDecoside e ricercatrice di tendenze per i punti vendita – non deve mettere in secondo piano il fattore umano. Quindi il personale di vendita deve essere preparato a questa nuova “shopping experience”. Per usufruire al meglio di queste innovazioni, è fondamentale dotare il punto vendita di un'eccellente connettività. In caso contrario, questo strumento può essere molto deleterio per l'immagine stessa del brand».

Il passo successivo (ci sta lavorando David Bouchard, research assistant dell'ambient intelligence group del MIT Media Lab) sarà lo Shopping Mirror. Si tratta di uno specchio connesso a Internet che permetterà di far partecipare allo shopping anche gli amici che in quel momento non sono nel punto vendita. Quando il cliente entra nello spogliatoio lo specchio si connette con lo smartphone e scarica la “lista degli amici dello shopping”. Qui si trovano i contatti di quelli che vengono considerati dei validi consiglieri in tema di moda e con quali sarà possibile interagire in tempo reale.

E per essere coccolati anche a casa Ikea ha creato il Motivational Mirror, uno specchio che analizzando con un sistema di Kinect l'espressione del viso, rimanda in superficie messaggi carini, genere “quanto sei in forma stamattina”.

Alessandra Iannello

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GRATIFICAZIONI
Da Ikea
uno specchio
che legge
l'espressione
e manda
messaggi
In basso
il 3D
Ar Mirror
di Sephora

UN CLIC
La targhetta
intelligente
Smart Utility
Italcheck
A destra
l'app Maison
Almax



Lo
smartphone
legge il Powa
Tag
del negozio
Motivi

