



Almax

Il manichino intelligente “parla” con il cliente

La comunicazione avviene con bluetooth e app scaricate sullo smartphone

Va bene il manichino, purché sia intelligente: capace di dialogare con i clienti, ricordandone taglie e acquisti precedenti oltre a illustrare a chi entra in negozio promozioni e offerte speciali. Fantascienza? Assolutamente no: sono gli «smart mannequin» di Almax, azienda comasca leader internazionale del settore che per animare le sue creazioni ha scelto la torinese «Workshop & Design».

Spiega Giovanni Quaranta, amministratore delegato della società di software fondata nel 2001: «Abbiamo integrato ai manichini la tecnologia iBeacon, cioè un sistema capace di proporre contenuti multimediali basati sulla geolocalizzazione dell'utente». E aggiunge: «E' un piccolo dispositivo Bluetooth che può comunicare con lo smartphone dei clienti. Funziona così: basta installare l'applicazione sul proprio telefono per poter chiacchierare con i manichini. Le possibilità sono moltissime, tutto sta nel cosa si vuole comunicare al pubblico».

Tra le possibilità, c'è anche quella di segnalare ai commessi in carne e ossa che un cliente abituale è entrato in negozio, così da poterlo accogliere sapendo quali so-

no le sue preferenze. I manichini animati dalla tecnologia torinese sono già nello showroom Almax di Milano, presto arriveranno anche nei negozi di Parigi, New York e Shanghai. Non si tratta di rinunciare per sempre alla propria privacy: l'applicazione garantisce anche la possibilità di entrare in negozio da “anonimi” e non essere riconosciuti.

Continua Quaranta: «Le varianti di questa tecnologia sono pressoché infinite. Noi siamo solo all'inizio, ma si può stravolgere del tutto il concetto tradizionale di negozio, offrendo ai consumatori un'esperienza più ricca e assolutamente interattiva».

Insomma shopping sì, ma sempre più smart, per combattere la crisi e raccogliere dati e informazioni sulle abitudini della clientela: il modello di manichino Eye-See, sempre di Almax, raccoglie i dati sulle ore più trafficate in negozio e le abitudini degli acquirenti. Attraverso un software che riconosce i tratti somatici del volto, si può capire se a entrare sono più uomini o donne, di quale età e quanto si fermano.

Con la tecnologia iBeacon tutto può essere animato, anche un museo. Per conquistare non clienti ma visitatori, che sempre con un'app potranno avere sullo smartphone la storia dell'opera che stanno ammirando e dell'artista. Un altro esempio? «Abbiamo creato un'applicazione per una gelateria londinese - conclude Quaranta - Chi la scarica sul telefono, oltre a ricevere una notifica con il gusto o l'offerta del mese, quando passa nei dintorni viene invitato per un assaggio». [N.FER.]



Intelligenti
Il sistema della Almax può essere applicato

anche a negozi non di abiti e persino a musei