Come ottimizzare la strategia omnicanale per il settore Fashion & Retail

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Nel settore Fashion & Retail, la strategia omnichannel sta diventando sempre più comune perché consente di avere accesso a una serie di vantaggi, tra cui migliorare la customer experience e la sostenibilità dell'impresa.

Che cos'è una strategia omnichannel

Quando si parla di strategia omnicanalenel settore fashion & retail, si fa riferimento a un sistema che permetta di offrire una migliore esperienza di acquisto per l'utente. In altre parole, si punta a rendere minime le differenze e massimizzare le economie di scala, valorizzando il brand senza distinzione tra i diversi canali.

Come ottimizzare la strategia omnicanale

Nel settore Fashion & Retail, la strategia omnicanale viene ottimizzata grazie all'impiego di piattaforme atte a facilitare l'avvicinamento all'omnicanale. Inoltre, l'intera filiera deve essere coinvolta nel processo, senza tralasciare nulla dalla produzione fino alla distribuzione. La strategia viene ottimizzata al 100% se tutti i processi operativi aziendali vengono coinvolti, sempre in un'ottica omnicanale. Infine, per migliorare l'esperienza dell'utente, occorre allo stesso tempo che la logistica

inversa tenga conto dei processi omnicanale e si allinei alla stessa.

Quali sono i vantaggi di una strategia omnichannel

Adottando una strategia omnichannel, si raggiungono diversi vantaggi fondamentali per l'azienda, a iniziare da una gestione della clientela ottimizzata. Oltre a una migliore customer experience, le strategie omnicanali consentono di ottimizzare i costi e gli stock di merce, aspetti molto importanti nel settore fashion & retail.

Quali sono le buone prassi per la gestione della supply chain

Quando si parla di best practice nella gestione della catena di approvvigionamento, è importante capire che nel mondo del fashion & retail si tratta di soluzioni che assumono un enorme valore. Mettere in campo dei sistemi predittivi, anzitutto, consente di esser in pole position, cioè anticipare i trend. Le strategie omnichannel fanno sì che i dati aziendali siano visibili a tutti real- time. Ciò consente all'impresa di essere più reattiva, aumentando la sua capacità di adattamento ai mutamenti esterni. Le procedure flessibili e SOA, cioè architettura di sistema orientata ai servizi, migliorano l'adattabilità e riducono i tempi di risposta.

Allo stesso tempo, la riduzione dei silos operativi riveste un ruolo determinante, aiutando a integrare le fasi del ciclo di pianificazione ed esecuzione. Infine, tra le buone prassi si deve anche puntare sulla semplificazione dell'architettura del sistema, costituendo una singola fonte di informazioni.

Come aumentare la sostenibilità del fashion system

Al giorno d'oggi per ogni azienda che opera nel settore fashion, diventa importante porsi il problema della sostenibilità. Per aumentare la sostenibilità, una strategia omnichannel punta sul Machine Learning e intelligenza artificiale. Tramite questi due processi, è possibile prevedere la domanda riducendo lo sfruttamento delle materie prime e il conseguente inquinamento che ne deriva. Infine, la previsione consente di ridurre l'invenduto e tutto il sistema di gestione che richiederebbe in futuro.

Per ridurre l'impatto del sistema fashion, questa strategia permette di rendere più facile l'accesso ai dati e inviare stock più consistenti solo in quei punti vendita dove c'è maggiore probabilità di concludere la vendita. Invece di fare affidamento a processi obsoleti, si ottengono dati aggiornati frutto di un processo real-time, evitando gli sprechi.

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/come-ottimizzare-la-strategia-omnicanale-il-settore-fashion-retail/130672