

# 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 omnicanale nel 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'inventario 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.