

HISTORIA DEL CASO

AW LAB Stores

PERFIL DE AW LAB

Establecido en 1997, Athletes World es una compañía de ropa deportiva italiana líder con más de 150 tiendas.

En 2011, después de una encuesta de mercado sobre los clientes y la conciencia de marca, Athletes World vio la necesidad de repensar su identidad de marca para proporcionar una imagen nueva en todas las tiendas de deportes en línea con la misión de la marca: "Tu Estilo Fresco Urbano". La nueva marca AW LAB nació en septiembre de 2011. Una nueva generación de tiendas minoristas pusieron de moda el "estilo deportivo urbano". El nuevo nombre es fácil de recordar y el logo es un icono distintivo y reconocible que evoca la generación más joven y el mundo digital.

La visión detrás de la estrategia



La estrategia de AW LAB consiste en ofrecer una amplia selección de productos únicos de las principales marcas deportivas internacionales, ropa deportiva moderna y zapatillas de deporte. Los clientes también están satisfechos con un equipo de ventas experto que les ayuda y les ofrece consejo profesional. El elemento clave de AW LAB es que interactúa con el grupo de clientes objetivo.

"Queremos establecer un vínculo fuerte con nuestros clientes, haciendo que nuestras tiendas sean un lugar excitante que visitar," **declara Rocco Carena, Director de Marketing de AW LAB.**



Las tiendas minoristas se rediseñan para adaptarse a una identidad de marca nueva. En el nuevo diseño, todas las características provienen del logo principal y de los colores utilizados.

La experiencia de cliente en tienda está pensada como una experiencia de compra digital, que incluye en el nuevo diseño la señalización digital y la radio en tienda, colocadas en las ventadas de la tienda y detrás de los mostradores, y que se utilizarán para reproducir música y proporcionar información sobre los productos.

“Este cambio responde a la necesidad de aumentar las vías de comunicación con los clientes (que siempre tienen grandes expectativas y están acostumbrados a todo tipo de estímulos promocionales). Utilizando medios innovadores, podemos incrementar la lealtad del cliente, mejorar la comunicación con los clientes y aumentar el número de ventas. Nuestra conciencia de marca ha crecido como resultado de todo ello” explica Rocco Carena, Director de Marketing de AW LAB.



La solución



AW LAB necesitaba encontrar un proveedor con una tecnología fiable y un servicio profesional que pudiera satisfacer sus necesidades de comunicación. Tras una evaluación general de proveedores de señalización digital líderes actualmente, AW LAB eligió M-Cube. La compañía cumplía los requisitos tanto respecto a la tecnología, con la plataforma de digital signage Scala, como al servicio ofrecido. AW LAB ya conocía a M-Cube como el proveedor de servicios de radio en tienda de Bata, que pertenece al mismo grupo que AW LAB. Por tanto, había tenido la oportunidad de apreciar la gran calidad del servicio.

Digital Signage

M-Cube proporciona monitores de señalización digital a las tiendas y gestiona los contenidos de toda la red. Hasta hoy, se han reformado 75 tiendas minoristas de AW LAB. Como parte del nuevo diseño, se ha puesto en las tiendas una pantalla de señalización digital en la ventana y una pantalla publicitaria detrás del mostrador.

Contenido

El objetivo de AW LAB es utilizar diferentes funcionalidades de la señalización digital para aumentar su capacidad de comunicación con los clientes que hay en la tienda. El contenido mostrado se puede actualizar rápidamente y compartir por diversos canales. El contenido, actualizado semanalmente en todas las tiendas, incluye: vídeos promocionales de productos y anuncios del colaborador para televisión, vídeos de AW LAB, eventos en directo y vídeos sobre estilo de vida para respaldar las campañas de marketing en tienda.

Radio in-store

Gracias a la radio en tienda, el marketing de proximidad es incluso más excitante y cautivador. La música acompaña al cliente mientras está en la tienda mejorando la experiencia de compra. Además, permite a AW LAB comunicarse con los clientes de una manera innovadora. La radio de AW LAB representa la marca, proporcionando una imagen consistente en todas las tiendas.

“La información se actualiza y se ofrece inmediatamente. Gracias a la singularidad de este dispositivo, los mensajes y las promociones actuales se pueden comunicar de manera eficiente conforme a las actividades de la tienda”, **declara Rocco Carena, Director de Marketing de AW LAB.**

M-Cube proporciona un servicio de radio en tienda completo gestionado centralmente desde el departamento de radio de M-Cube. El programa diario se emite en las tiendas minoristas a través del dispositivo reproductor de audio del tamaño de un bolsillo de la compañía. El reproductor de M-Cube recibe actualizaciones diarias a través de internet. Sin embargo, gracias a su tecnología “Almacena & Reproduce”, el programa diario se conserva en un chip de memoria y se reproduce sin necesidad de conexión a internet, a diferencia de lo que ocurre con el servicio de streaming.

Los diseñadores de música de M-Cube crean los programas diarios a partir de las instrucciones que reciben por parte de AW LAB. Crean las listas de reproducción musicales y programan las horas de emisión para el programa diario, los anuncios y los mensajes. Tras una encuesta de mercado, AW LAB eligió los géneros musicales que más se adecuaban al gusto de sus clientes. Las listas de reproducción suelen actualizarse en línea con las últimas tendencias musicales. El programa del día está compuesto por una mezcla de música diversa que varía a lo largo del día.



Rocco Carena declara: , “La señalización digital ha impulsado la mezcla de marketing, integrando la comunicación en tienda con contenidos multimedia. Tiene un gran impacto y llama la atención al cliente, y se está convirtiendo en la característica distintiva de las tiendas de AW LAB. La radio in-store hace que el marketing de proximidad sea incluso más atractivo y excitante, dando una fuerte identidad de marca a nuestras tiendas a través de la música.”



M-CUBE: QUIÉNES SOMOS

Nuestra misión es crear experiencias digitales cada vez más emocionantes para tiendas a través de tecnologías y contenidos innovadores e interactivos especializados en el Retail en los 105 países en los que operamos.

Nos ocupamos de la comunicación digital en los puntos de venta de más de 400 marcas, desde el diseño de soluciones hasta la creación y el desarrollo de contenidos, pasando por la integración de los sistemas en las instalaciones y la gestión del servicio.

Storeever España | M-Cube Group

Calle del Marqués del Riscal, 2
28010 Madrid, España
hola@mcubeglobal.com

www.mcubeglobal.com

Amsterdam • Brussels • Frankfurt • HongKong
London • Madrid • Milan • Paris • Shanghai
Toulouse • Trieste