

CASE STUDY

AW LAB

PROFILO AW LAB

Fondato nel 1997, Athletes World è la compagnia leader nell'abbigliamento sportivo con più di 150 negozi.

Nel 2011, dopo un'indagine di mercato sui clienti e sulla notorietà del marchio, Athletes World ha visto la necessità di ripensare la sua identità di marchio per fornire una nuova immagine a tutti i negozi sportivi in linea con la missione del marchio "Your Urban Style Refresher" (Il Tuo Aggiornamento dello Stile Urbano). Il nuovo brand AW LAB è nato nel Settembre 2011. Una nuova generazione di negozi al dettaglio creati come laboratori di tendenza di "urban sport style". Il nuovo nome è facile da ricordare e il logo è un'icona distinguibile e riconoscibile che evoca la nuova generazione e il mondo digitale.

La visione dietro la strategia



La strategia di AW LAB è quella di offrire un'ampia selezione di prodotti unici delle maggiori marche sportive internazionali, vestiti sportivi alla moda e scarpe da ginnastica. I clienti sono inoltre soddisfatti da un capace team di vendite che offrono il loro aiuto e consigli esperti. La caratteristica principale di AW LAB è quella di interagire con il gruppo target di clienti.

"Vogliamo stabilire una forte relazione con i nostri clienti, rendendo i nostri negozi un posto emozionante da visitare" **dichiara Rocco Carena, Marketing Manager di AW LAB.**



I negozi di vendita al dettaglio sono ridisegnati per interpretare la nuova identità di marchio. Nella nuova disposizione, ogni caratteristica ha origine dal logo principale e dai colori utilizzati.

L'esperienza in-store del cliente è pensata come un'esperienza di shopping digitale che include la nuova disposizione, il Digital Signage e la radio in-store. La prima sarà posizionata sia nella vetrina del negozio che dietro alle casse. La seconda sarà usata per riprodurre musica e dare informazioni sui prodotti.

"Le ragioni di questo cambiamento sono state dettate dalla necessità di aumentare le modalità di comunicazione per arrivare ai nostri clienti (che hanno sempre alte aspettative e sono abituati a tutti i tipi di stimoli promozionali). Usando media innovativi possiamo aumentare la fidelizzazione dei clienti, migliorare la comunicazione con i clienti e incrementare il numero delle vendite. La notorietà del nostro marchio è aumentata di conseguenza." spiega **Rocco Carena, Marketing Manager di AW LAB.**



La soluzione



AW LAB aveva necessità di trovare un fornitore con tecnologia affidabile e un servizio professionale che potesse soddisfare le sue esigenze di comunicazione. Dopo una valutazione di benchmark tra gli attuali fornitori di Digital Signage, AW LAB ha scelto M-Cube. L'azienda ha soddisfatto i requisiti sia di tecnologia con la piattaforma di Digital Signage 'Scala' che nel servizio offerto. AW LAB conosceva già M-Cube come fornitore di servizi radio in-store per Bata, parte dello stesso gruppo di AW LAB. Quindi, aveva avuto la possibilità di apprezzare il suo servizio di alto livello.



Digital Signage

M-Cube fornisce ai negozi i monitor di Digital Signage e gestisce i contenuti dell'intera rete. Ad oggi, 75 negozi AW LAB sono stati rinnovati. Come parte della nuova disposizione, i negozi sono stati dotati di un display di Digital Signage nella vetrina e un banner display dietro alle casse.

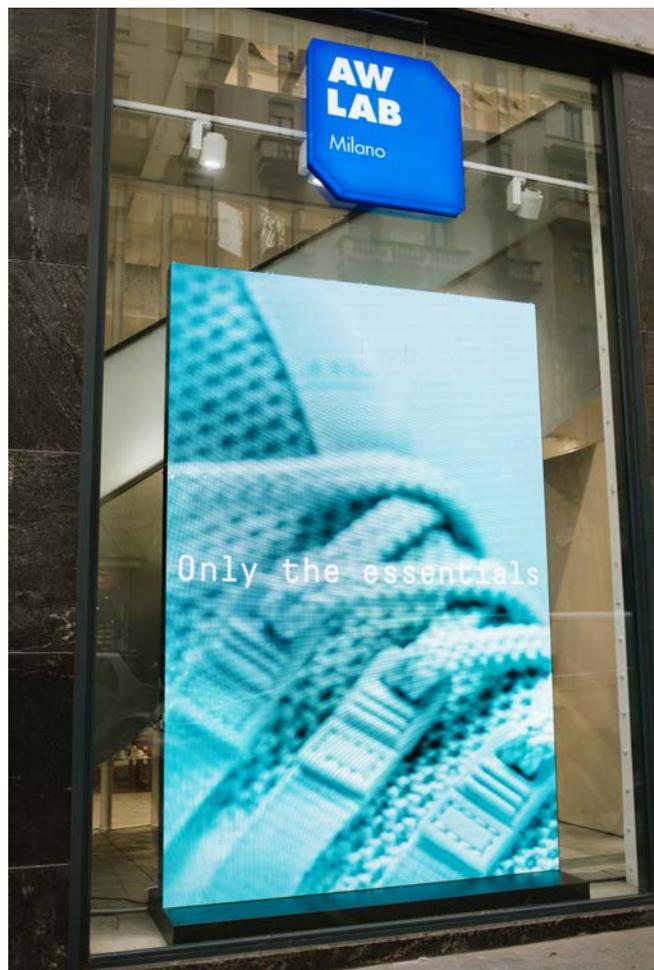
Content

L'obiettivo di AW LAB è quello di usare la gamma di funzioni del Digital Signage per aumentare le sue capacità comunicative per i clienti in negozio. I contenuti sui display possono essere aggiornati rapidamente e condivisi su diversi canali. I contenuti, aggiornati settimanalmente in tutti i negozi, includono: video di promozione dei prodotti e spot TV dei partner, video di AW LAB, eventi live e video di life-style per supportare le campagne di marketing in negozio.

Radio In-Store

Grazie alla radio in-store, il marketing di prossimità è ancora più emozionante e accattivante. La musica accompagna il cliente nel negozio migliorando l'esperienza d'acquisto. Inoltre, permette ad AW LAB di comunicare in modo innovativo con i clienti. La radio di AW LAB rappresenta il marchio dando un'immagine coerente in tutti i negozi.

"Le informazioni sono sempre aggiornate e rilasciate immediatamente. Grazie all'unicità di questo dispositivo, i messaggi e le promozioni in corso possono essere comunicati in modo efficiente supportando le attività in-store", afferma **Rocco Carena, Marketing Manager di AW LAB.**



M-cube fornisce un servizio di radio in-store completo e gestito centralmente dal dipartimento radio di M-Cube. Il programma giornaliero è trasmesso nei negozi attraverso il M-Cube player - uno strumento audio sviluppato dalla compagnia dalle dimensioni ridotte. Il M-Cube player riceve aggiornamenti giornalieri via internet. Nonostante ciò, grazie alla sua tecnologia "Store & Play", il programma giornaliero è conservato all'interno di un chip di memoria e riprodotto senza dover dipendere dalla connessione internet - al contrario di un servizio via streaming.

I progettisti musicali di M-Cube creano i programmi giornalieri dalle istruzioni fornite da AW LAB. Creano playlist musicali e programmano gli orari di trasmissione del programma giornaliero, della pubblicità e dei messaggi. A seguito di un'indagine di mercato, AW LAB ha scelto i generi musicali che meglio incontrano il gusto dei suoi clienti. Le playlist musicali sono frequentemente aggiornate in linea con le tendenze musicali più recenti. Il programma giornaliero è vario con un mix di musica durante le diverse ore del giorno.



Rocco Carena dichiara, “ Il Digital Signage ha aumentato il marketing mix, integrando la comunicazione in-store con contenuti multimediali. Ha un impatto importante e attrae l'occhio del cliente, diventando la caratteristica distintiva dei negozi AW LAB. La radio in-store rende il marketing di prossimità ancora più coinvolgente e interessante, dando una forte identità di marchio ai nostri negozi attraverso la musica.”



CHI SIAMO

La nostra missione è di creare esperienze digitali sempre più emozionanti per i punti vendita proponendo tecnologie e contenuti a favore di un retail innovativo e interattivo nei 105 Paesi in cui operiamo.

Ci occupiamo di comunicazione digitale in store per più di 400 brand, dal disegno delle soluzioni alla creazione e sviluppo dei contenuti, dall'integrazione dei sistemi all'installazione nei punti vendita fino alla gestione del servizio.

M-CUBE S.p.A.

HEADQUARTER: Via San Galdino 6 – 20154 Milan – ITALY
ADMIN & NOC: Corso Cavour 2/2d – 34132 Trieste – ITALY
LOGISTIC & OPERATION: Via Buzzi 20/22 – 20017 Rho (MI) – ITALY
ciao@mcubeglobal.com

www.mcubeglobal.com

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