

Il premio. Assegnati i riconoscimenti del secondo Innov@Reatil Award di Accenture e Gruppo 24 Ore

Sono dodici gli innovatori del retail

/// Pioggia di premi e riconoscimenti alla seconda edizione di Innov@Retail Award, il premio promosso da Accenture in collaborazione con Gruppo 24 Ore e dedicato all'innovazione nel retail.

A salire sul palcoscenico dell'eccellenza italiana dell'innovazione sono stati i migliori progetti aziendali che nell'ultimo anno si sono distinti per la qualità del servizio offerto, la fidelizzazione dei clienti e l'aumento della brand awareness nei settori della grande distribuzione, bancario, assicurativo, moda e telecomunicazioni.

Su oltre 100 iniziative valutate dalla giuria dell'Innov@Retail Award 2014, sono 12 i progetti che hanno guadagnato il primo posto nelle rispettive categorie e 32 quelli che si sono distinti per le loro idee innovative. Come Best E-retailer si sono aggiudicate il premio Rti con il proget-

L'INIZIATIVA

I migliori progetti aziendali che si sono distinti nei settori della grande distribuzione, bancario, assicurativo, moda e tlc

to Infinity e Gruppo Coin con E-commerce Ovs. Hanno vinto come Best Store Metro Italia, con Metro Piazza Affari Lccc, e Autogrill con Autogrill Villorese Est. Nella categoria Best Communication/Best Innovation si sono distinti Illy con il progetto Artisti del gusto, e Sephora con il progetto BeautTV, giunto ex aequo con Bnl e il progetto Ecosistema Social Bnl. Sul gradino più alto del podio nella categoria Best Technology Innovation UniCredit con il suo Implementazione di una soluzione Big Data di supporto a IT Operations, Application Manage-

ment e Business Analytics, e Vodafone con Vodafone Smart retail store, giunto ex-aequo con Auchan e la sua App Auchan. Chiudono l'elenco dei premiati nel gruppo Best Analytics Innovation, U-Hopper con il progetto RetailerIN, e PosteMobile con Ascolto di clienti.

Il premio ha riconosciuto la capacità delle aziende di sviluppare progetti in grado di cavalcare la trasformazione digitale rispetto a un consumatore che vive l'esperienza d'acquisto in modo dinamico e multicanale.

R.I.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

