

Ovs con Google, moda e digitale a partire dal nuovo store di Milano

DI FRANCESCA SOTTILARO

Moda a edizione limitata, esperienza digitale in negozio, nonché nuove soluzioni per rendere i processi aziendali più rapidi. Alla vigilia del lancio del nuovo format di boutique Ovs (la prima debutta domani a Milano in via Dante), il marchio di moda pronta del gruppo **Coin** e Google Enterprise annunciano la partnership che permetterà alla tecnologia di far vivere ai clienti Ovs un'esperienza multicanale, e promuoverà un'interazione più snella fra punti vendita.

Tra i principali servizi frutto dell'accordo vi è la possibilità di visitare virtualmente gli store, prenotare un personal assistant dal camerino, ricercare informazioni relative ai prodotti, tra le quali la disponibilità di taglie (le tecnologie usate sono Google Street View e Google Search Appliance). Tramite Google Cloud Platform è stata poi creata una app per coinvolgere

i clienti, sia online sia in negozio con la possibilità di provare virtualmente i capi e condividere poi il proprio look sui social network.

Google Apps for business ha risposto invece alla necessità dell'insegna fashion di creare una comunicazione interaziendale più snella, rapida ed efficace.

«L'accordo con Google Enterprise», afferma Stefano Beraldo, amministratore delegato di Gruppo **Coin**, «ci consentirà di accelerare l'interconnessione con i clienti. Il primo retailer italiano si prende l'impegno di offrire soluzioni nuove ed esperienze di acquisto multicanale: il negozio rimarrà il luogo elettivo dove si completa la relazione con il cliente ma sarà arricchito da nuove esperienze di informazione e coinvolgimento».

I clienti che visiteranno lo store **Oviesse** di Milano, via Dante, che

aprirà al pubblico giovedì 29 maggio, potranno sperimentare in anteprima alcune di queste tecnologie e interagire con il corner Ovs Digital Experience tramite le soluzioni Google Enterprise.

La boutique di via Dante, in formato ridotto rispetto ai tradizionali negozi Ovs, con moda pronta a edizione limitata e nuova piattaforma tecnologica dovrebbe essere il primo di tanti negozi al restyling. «Siamo molto orgogliosi di questo accordo», ha dichiarato Eric Haddad, director enterprise Semea di Google, «lavoreremo insieme per coinvolgere i dipendenti e i clienti in un percorso di innovazione che unisce social collaboration, funzionalità di ricerca e applicazioni 100% web di Google».

L'insegna del gruppo **Coin** con una quota di mercato pari al 4,79% è presente con oltre 590 negozi in Italia e 133 all'estero. Nel 2013 ha registrato vendite nette per 953 milioni.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.