Informazione pubblicitaria a cura di Comunicazione & Territorio

HEVOLUS INNOVATION

Premiati Mondo Camerette e Würth Italia, i due casi di successo presentati dall'azienda di Molfetta

Hevolus Innovation conquista lo Smau di Napoli

Hevolus Innovation si conferma leader in tecnologia innovativa e conquista due premi per altrettanti casi di successo presentati allo Smau di Napoli, appuntamento di riferimento per tutte le imprese del Sud Italia che vogliono avvicinarsi al mondo della ricerca e dello sviluppo di prodotto e di processo.

Soddisfatta Antonella La Notte, CEO dell'azienda di Molfetta leader in phygital customer experience e partner internazionale di Microsoft per la Mixed Reality: "È un riconoscimento prestigioso che premia la nostra costante attenzione alla ricerca e all'innovazione".

Già partner di importanti multinazionali per progetti di corporate Open Innovation, Hevolus da anni è impegnata nella ricerca e nello sviluppo di business model trasformativi che, grazie all'utilizzo delle tecnologie emergenti, permettano di innovare la customer experience del consumatore finale. "Cerchiamo di anticipare i principali trends tecnologici e comportamentali della società – precisa Alberto Farino, giovane salernitano da poco assunto come Chief Financial Officer dell'azienda – per applicarli al settore retail e consentire di migliorare la produttività, ottimizzare i costi e incrementare i ricavi".

Nelle prime tre foto, da sinistra: L'esperienza di acquisto nei punti vendita *Mondo Camerette* diventa multi-device e supporta anche i nuovi visori senza cavo *Microsoft HoloLens 2*. Nell'ultima foto, I delegati di Würth Italia e Hevolus Innovation ritirano il Premio Innovazione a SMAU Napoli 2019.

Una strategia risultata vincente anche con il progetto "Phygital Customer Journey in store", ideato e sviluppato per Mondo Camerette, azienda di origini campane specializzata in camerette e camere per ragazzi.

All'avanguardia rispetto al mercato e molto attenta all'innovazione tecnologica, Mondo Camerette con questo progetto coglie la sfida dei consumatori di oggi che, sempre più esperti e digitali, richiedono esperienze personalizzate, integrate, iperconnesse, omnicanali e ad alto valore aggiunto.

Dall'accoglienza del cliente fino alla fase finale dell'acquisto, il customer journey è stato ridisegnato con approccio cliente-centrico, associando a ogni touchpoint il tool tecnologico più adatto.

Fra questi, l'Augmented Store sviluppato da Hevolus Innovation supporta l'esperienza phygital del consumatore in negozio permettendo di visualizzare contenuti digitali tridimensionali e multimediali che coesistono nella realtà fisica dello store.

> **"Il Ceo La Notte: «Riconoscimento prestigioso che premia la nostra attenzione alla ricerca»"**

Già vincitore del Premio Innovazione SMAU Napoli 2018, il progetto per Mondo Camerette è stato ulteriormente implementato in chiave multi device e multiplayer e da oggi supporta anche i nuovissimi visori senza cavi Microsoft HoloLens 2, con l'obiettivo di aiutare i visitatori, grandi e piccini, nella scelta e nell'acquisto della propria cameretta grazie all'utilizzo di realtà aumentata, olografica e virtuale su dispositivi fissi, mobili e indossabili.

"Il cliente finale potrà vivere un'esperienza di acquisto straordinaria, immediata, immersiva, fluida e veloce, potendo interagire – aggiunge Antonio Squeo, CIO di Hevolus – sia con il prodotto che con le persone usando il device preferito.

I confini tra l'esposizione fisica e quella digitale scompaiono, credo sia un'esperienza davvero unica".

Immediata e interattiva, a seconda del dispositivo usato l'esperienza ha un grado di immersività diverso.

Con la realtà aumentata sarà possibile visualizzare le camerette in dimensioni reali o in scala ridotta su un tablet o su uno smartphone, per poi esplorarne ogni dettaglio camminando e muovendo il tablet e interagire con ogni parte dell'ambientazione sfruttando funzioni touchscreen.

Indossando gli HoloLens invece il visitatore vedrà comparire, nello spazio fisico dello showroom, l'ologramma della cameretta e, oltre che muoversi al suo interno, potrà spostare i modelli con le mani e personalizzare dettagli e finiture attivando menu contestuali e multisensoriali.

Infine, con visori e controller di mixed reality l'utente godrà di un'esperienza completamente immersiva e si muoverà nella riproduzione 3D della cameretta in scala reale, perfettamente posizionata e ancorata agli spazi fisici dello showroom.

Rispetto a soluzioni di virtual e mixed reality, si tratta di una soluzione ancora più evoluta perché integra tecnologie Microsoft avanzate, come gli ancoraggi spaziali e il sound spaziale.

È incentrato invece sul commercio il secondo caso di successo premiato allo Smau, "Würth Automatic Store" con cui il Gruppo Würth, leader mondiale nella distribuzione di prodotti e sistemi per il fissaggio e il montaggio, punta a innovare l'esperienza di acquisto integrando il canale online e quello offline.

Realizzato in sinergia con la ICAM, azienda specializzata nella progettazione e produzione di innovativi sistemi automatici per lo stoccaggio e la distribuzione di materiali in ambito industriale, ospedaliero, urbano e retail, il progetto ha l'obiettivo di garantire un servizio sempre più efficiente e facilitare l'attività di acquisto su tutti i touchpoint con approccio phygital.

Il "Würth Automatic Store" infatti è un punto vendita che unisce alla possibilità di comprare sul posto quella di ritirare gli acquisti effettuati online in orari flessibili, 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, senza attese di corrieri o mancate consegne.

I clienti potranno recarsi al "Würth Automatic Store" anche negli orari notturni o in primissima mattina e rifornirsi della merce di cui hanno bisogno, in piena autonomia.