



**Cosimo De Maria,
Direttore Commerciale
e Marketing Di.Tech**

Dopo anni in cui ci si è concentrati su quale tecnologia innovativa potesse salvaguardare il ruolo strategico del punto di vendita fisico, si è finalmente trovato un nuovo importante significato al negozio. Il punto di vendita diventa il luogo in cui stare, e non più solo da visitare, in cui è fondamentale valorizzare il tempo e non consumarlo. Per questa ragione la destinazione della maggior parte dell'investimento in digitale converge nel miglioramento della customer experience in negozio, anche se la spesa digitale seppur in crescita, supera ancora di poco l'1% rispetto al fatturato (mentre all'estero può arrivare al 3%) e arriva al 21% degli investimenti annuali.

Una delle sfide principali per i retailer è l'utilizzo della tecnologia per rispondere ai bisogni dei clienti e creare una customer experience coerente con la propria strategia.

Cosimo De Maria, direttore commerciale e marketing di DiTech, è intervenuto nella tavola rotonda relativa alle strategie di innovazione del retail.

Secondo Di.Tech l'elemento di contesto che attualmente più condiziona il futuro del retail è la digitalizzazione, che non è più un'opzione, ma un must per ottimizzare, competere e distinguersi nell'attuale ecosistema retail, che è ancora più competitivo e in cambiamento.

Cosimo De Maria, ha proposto tre consigli per affrontare con successo l'introduzione di innovazione all'interno dell'azienda: "Sposare la semplificazione quanto più possibile, entrando nei singoli processi di business, avviando piccoli e semplici progetti per affrontare con pragmatismo gli step di cambiamento; avere il coraggio di cambiare, perché l'accelerazione necessaria oggi impone energia e consapevolezza; investire nelle persone, che sono fondamentali e al centro del successo dei progetti di innovazione, non più solo digital officer, ma digital employee".