

SFR 2019 - Hanwha Techwin

Trasformazione digitale del retail e rispetto della privacy

intervista a Gaia Chignola, Sales & Marketing presso Hanwha Techwin Europe

Nel percorso di trasformazione digitale del mondo retail, quali sono le proposte di Hanwha Techwin?

Con il termine “digitalizzazione”, declinato anche per il mondo retail, si indicano i percorsi di trasformazione delle strategie e dei processi aziendali utilizzando le nuove tecnologie digitali. Nuovi processi che consentono di utilizzare nuove modalità di comunicazione ed una analisi più accurata, con lo scopo di ottimizzare l’efficienza ed offrire quindi ai clienti una shopping experience su misura ricca e coinvolgente, con evidenti ricadute sull’incremento del fatturato.

Nel mondo del retail in particolare, i dati di analisi della clientela sono la valuta che permette di prendere decisioni migliori per la gestione ed il successo del punto vendita. Con una quantità sufficiente di dati di buona qualità è possibile identificare le tendenze che possono aiutare a prevedere i modelli di acquisto, ottimizzare i livelli di inventario, impiegare il giusto numero di dipendenti e personale, stabilire prezzi e promozioni per massimizzare le entrate. Da questo punto di vista, le soluzioni **Hanwha Techwin** non solo soddisfano i requisiti di base di sicurezza e protezione del punto vendita, ma sono anche in grado di fornire i dati di intelligence necessari per migliorare l’esperienza del cliente e l’efficienza del negozio.

L’ultima generazione di telecamere **Wisenet**, grazie all’integrazione tra qualità delle immagini e algoritmi di analisi video avanzati, potenziano di fatto il valore della videosorveglianza diventando delle vere e proprie telecamere intelligenti per la fornitura di business intelligence, consentendo ai retailer di accedere facilmente ai dati statistici relativi al flusso e al comportamento dei clienti nello spazio commerciale.



Il **conteggio delle persone** identifica il numero di clienti per aiutare un’efficace allocazione del personale, la **gestione code** monitora gli accodamenti e consente una gestione più adeguata delle stesse, riducendo i tempi di attesa e rendendo l’esperienza del cliente ottimale, **heatmap** fornisce dati per identificare la quantità ed il flusso del traffico del punto vendita classificando tra le aree più o meno visitate del negozio e aiutare il retailer a prendere la decisione strategica più opportuna in merito al posizionamento dei prodotti e delle promozioni. L’**analisi biometrica** permette di fornire ai rivenditori, reparti marketing e merchandising non solo le informazioni relative all’affluenza dei clienti nel punto vendita, ma anche la tipologia del cliente divisa per genere e fascia di età (es: giovane donna, bambino, uomo adulto, ecc).

I dati generati possono essere utilizzati per analisi di business intelligence oltre ad essere elaborati ed utilizzati al fine di consentire la personalizzazione dei contenuti pubblicitari



Digital Signage da mostrare ai clienti stessi. Per tutte queste funzioni, è possibile generare una grande varietà di grafici a supporto della business intelligence aziendale e di valutare conseguentemente l'impatto delle strategie di vendita adottate sui clienti personalizzando le campagne promozionali sulla base della particolare tipologia di cliente che affolla l'area di vendita.

Il tutto senza trascurare la conformità alle attuali normative sulla privacy.

Con quali misure HANWHA TECHWIN garantisce a retailer e clienti l'adeguatezza dei sistemi per la tutela dei dati personali?

La sicurezza informatica è sempre stata in cima alla lista delle priorità di Hanwha. Il nostro approccio è stato rendere la sicurezza una caratteristica fondamentale dei nostri prodotti e, per questo motivo, rientra fin dall'inizio nel processo di progettazione e di sviluppo delle nostre soluzioni. Hanwha Techwin ha pubblicato un White Paper che illustra l'impatto sui sistemi di videosorveglianza del nuovo regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) e si impegna a fornire soluzioni che integrano le migliori pratiche in materia di prevenzione degli attacchi informatici.

La protezione dei dati è una questione importante per il settore della vendita al dettaglio. Per questo abbiamo adottato una serie di misure per garantire che le caratteristiche e le funzioni delle nostre soluzioni Wisenet siano in grado di assistere i retailer nel rispetto del regolamento.

In particolare, gli algoritmi di analisi video a bordo delle telecamere Wisenet sono configurati per acquisire solo dati statistici senza alcuna necessità di memorizzare o anche solo di trasferire su rete alcun tipo di dato sensibile (ad esempio il volto della persona inquadrata) al fine di proteggere la privacy dei clienti. Infatti, l'unico dato che viene gestito è quello non sensibile, relativo al genere e alla fascia d'età di un soggetto che non è in nessun modo riconducibile ad alcuna specifica persona fisica.

Inoltre, per garantire che i retailer aderiscano al GDPR, Hanwha Techwin è in grado di fornire un software di privacy masking in grado di offrire un metodo altamente efficace per la riduzione dei volti nei video. In breve, il software offusca i volti di tutti quelli che appaiono in un video, tranne la persona che ha richiesto l'accesso ad esso. Questo rispetta la privacy e protegge l'identità degli altri individui presenti nel video registrato.



CONTATTI: HANWHA TECHWIN EUROPE LTD

Tel. +39 02 36572 890

www.hanwha-security.eu