

Webinar “Le sfide della supply chain del Fashion”: 19 aprile 2023**Agilità e tracciabilità al servizio della customer experience**

La capacità di tracciare tutte le interazioni con i clienti per monitorarne le abitudini unita all'uso di soluzioni volte a migliorare la visibilità dello stock e la produttività del personale in negozio o in magazzino è oggi un fattore differenziante per chi vuole essere sempre un passo avanti nel settore fashion. Scoprite come insieme a Manhattan Associates e alla sua soluzione omnicanale

Monza, 21 marzo 2022 - La pandemia e i fenomeni macro-economici degli ultimi anni hanno contribuito ad accelerare la trasformazione digitale nel settore del fashion & luxury per permettere ai brand di rispondere alle mutate abitudini dei clienti.

Il livello di maturità raggiunto dai consumatori e l'esperienza acquisita in questi anni sta portando i brand a riflettere sui processi e le tecnologie inizialmente implementate per **rispondere ad un “senso di urgenza”**: l'instabilità, i cambiamenti repentini del contesto economico e geopolitico, l'aumento dei volumi e la continua interazione tra i canali richiedono l'implementazione di soluzioni agili che permettano ai brand di reagire o addirittura anticipare il cambiamento.

La capacità di tracciare tutte le interazioni con i clienti per monitorarne le abitudini al fine di personalizzare ogni singola interazione, l'uso di soluzioni volte a migliorare la visibilità dello stock e la produttività del personale in negozio o in magazzino diventano tutti fattori differenzianti, come emergerà dal **webinar “Le sfide della supply chain del Fashion”**, organizzato da Editrice TeMi con la rivista Logistica Management e **in programma il 19 aprile 2023 su piattaforma Zoom a partire dalle 14:30**.

La partecipazione all'evento è gratuita previa registrazione [online](#).

«Durante il webinar – commenta **Roberto Vismara, sales director Italy Manhattan Associates** - parleremo di come le soluzioni di unified commerce di Manhattan Associate possono supportare i brand nella costruzione di modelli agili, resilienti e scalabili. E questo grazie a **due asset importanti: agilità e tracciabilità**. La prima legata alla capacità tecnologica di supportare il brand/retailer nel trasformare i suoi processi in funzione di quella che è l'evoluzione del mercato. Con la nostra soluzione **Manhattan Active Omni**, possiamo fornire prodotti sempre aggiornati e continuamente arricchiti dalle nuove funzionalità che rilasciamo ogni trimestre. Inoltre, attraverso il concetto di **microservizio** su cui si basa la soluzione, oggi anche nel cloud si possono integrare al workflow o al processo base delle logiche custom per rispondere a peculiarità verticali del settore o del cliente e ciò rende di fatto la nostra soluzione altamente customizzabile».

C'è poi il secondo asset, quello della tracciabilità: «Volta a consentire al brand di **tracciare tutte le interazione tra il cliente e i prodotti**, oltre che consentire una misurazione più puntuale di come il prodotto si muove lungo la supply chain. Contestualmente, siamo in grado di garantire anche la tracciabilità intesa come interazione tra il brand e il cliente su vari canali, dal negozio all'eCommerce» spiega Vismara.

Essendo l'omnicanalità un paradigma ormai irreversibile per chi vende, è necessario per i brand del fashion&luxury seguirne l'evoluzione, accompagnando i clienti verso una nuova esperienza di acquisto. *«Oggi non si parla tanto di competizione tra i diversi brand quanto piuttosto tra ecosistemi: i consumatori vogliono conoscere tutto quello che ruota attorno al prodotto, dall'origine delle materie prime ai fornitori coinvolti, ed anche la tracciabilità deve evolversi in tal senso. Per questo, durante il webinar, presenterò la recente integrazione nativa con la tecnologia RFID in store, che permette un'esperienza di check out sicuramente più agile, nonché una precisione pressoché senza errori dello stock in giacenza, aumentando le potenzialità di vendita del brand»* conclude Vismara.

Abilitare la tecnologia RFID in store comporta dei vantaggi che fino a ieri erano potenzialmente solo su carta, mentre ora esistono le soluzioni che permettono di integrarla all'interno di un ben più ampio sistema che coinvolge tutta la supply chain. Non perdetevi dunque il prossimo webinar di Logistica Management dedicato alla supply chain del fashion, che avrà **Andrea Payaro, Adjunct Professor Digital Transformation**, in veste di chairman.

Aziende del calibro di Dematic, **Infor, Manhattan Associates, Modula e TGW** hanno già confermato la loro partecipazione: i relatori e gli interventi previsti in agenda sono ora disponibili sul [sito dell'evento](#), così come il form di iscrizione, obbligatorio per la partecipazione gratuita.

SAVE THE DATE!

Giovedì 19 aprile 2023, ore 14:30 – 17:00

Webinar Le sfide della supply chain del Fashion

Organizzatori: Logistica Management

Per info e registrazioni [CLICCA QUI](#)

Editrice TeMi

Editrice TeMi è una casa editrice con sede a Monza e proprietaria, tra le altre, delle seguenti testate:

Logistica Management (logisticamanagement.it), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

Impresa Sanità (impresasanita.it) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

Chimica Magazine (www.chimicamagazine.com), la rivista che si occupa dell'efficienza e dell'utilizzo ottimale delle risorse in tutti gli ambienti dell'industria di processo: in particolare l'industria chimica e farmaceutica e il settore oil&gas. Con un occhio particolare alla sostenibilità, all'ambiente e alle energie rinnovabili.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare. Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale. Gestisce su YouTube lo **spazio "temichannel"** (youtube.com/temichannel) per la pubblicazione di video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

press@editricetemi.com - www.editricetemi.com