

## **IBM collabora con abof.com per offrire esperienze di shopping personalizzate per i Millennial**

### **IBM aiuta abof.com a superare i 3 milioni di visite nei primi 5 mesi di attività**

**ARMONK, NY e TAMPA, FL - 24 mag 2016:** IBM (NYSE: IBM) ha annunciato che il portale di moda indiano online abof.com sta collaborando con IBM per fornire una shopping experience personalizzata e potenziata per i Millennial. Le soluzioni IBM offrono a abof.com una piattaforma scalabile, opzioni di evasione degli ordini integrate e funzionalità di customer engagement innovative.

Secondo un recente studio condotto da ASSOCHAM e PwC, quasi 55 milioni di consumatori hanno fatto acquisti online nel 2015 e il numero quest'anno è destinato a salire a 80 milioni.\* abof.com, parte del Gruppo Aditya Birla, è un portale di moda online one-stop per abbigliamento, calzature e accessori per uomo e donna. Questo retailer si rivolge ai Millennial, con l'obiettivo di offrire gli ultimi consigli in fatto di stile, contenuti di moda e tendenze. L'azienda necessitava di una soluzione di e-commerce ben integrata, che l'aiutasse a creare una piattaforma online dinamica e interattiva in grado di rivolgersi in modo più mirato ai consumatori e aumentare la fedeltà al marchio. IBM ha fornito ad abof.com funzionalità di customer engagement ed evasione degli ordini in grado di aggiornare costantemente l'esperienza di e-commerce e aggiungere senza soluzione di continuità nuovi contenuti rivolti alle esigenze dinamiche dei Millennial.

Ad esempio, per arricchire la shopping experience, abof.com ha aggiunto un camerino virtuale in 3D alla vetrina. Alimentata da IBM e da una tecnologia integrata del business partner Metail, questa funzionalità permette ai clienti di inserire le proprie misure e provare in modo virtuale qualsiasi capo prima di effettuare un ordine. Il tasso di reso medio nel settore dell'abbigliamento è del 20 per cento e il motivo più comune è la taglia insoddisfacente. Dal lancio del camerino virtuale, abof.com ha quasi azzerato il tasso di reso dei prodotti. Inoltre, i tassi di conversione in vendita per i prodotti disponibili con la prova 3D è del 400 per cento più elevato rispetto alla media del settore.

Un'altra serie di funzionalità interattive che differenziano abof.com è rappresentata dalla possibilità di effettuare ricerche di livello superiore e dalla cura dei contenuti offerti agli acquirenti. Ad esempio, un cliente in cerca di una particolare camicia può inviare un'immagine mediante la ricerca visiva ed essere condotto direttamente a un articolo di aspetto simile. Inoltre, chi cerca una tendenza di moda ispirata a una celebrità sarà indirizzato ai prodotti desiderati grazie a una ricerca intuitiva. Sfruttando la soluzione IBM di gestione dei contenuti, abof.com è in grado di offrire ai clienti proposte di moda aggiornate, mirate e pertinenti. Il portale ha ora un bacino di oltre 7.000 codici postali in più di 500 città in India.

*"Per sfruttare e incrementare la quota di mercato in un settore altamente competitivo, è indispensabile differenziarsi dagli attori già affermati. Il nostro obiettivo è aumentare la quota di mercato offrendo una gamma ricercata di articoli che vanno oltre i confini tradizionali, per fornire un servizio di qualità ai clienti",* afferma Prashant Gupta, Presidente & CEO di abof.com. *"IBM ci ha aiutato ad allestire la nostra attività online nel tempo record di cinque mesi. Con la competenza globale e l'esperienza locale di IBM nello spazio dell'e-commerce, siamo convinti che l'azienda emergerà come azienda più ammirata nel segmento della moda online".*

Quando un cliente effettua un acquisto, abof.com si affida alla soluzione Order Management and Supply Chain di IBM per fornire una vista accurata dello stato dell'ordine e delle scorte in tempo reale. Questa funzionalità ha contribuito a ottimizzare i processi di magazzino, per una consegna comoda e puntuale.

*“Molte aziende del retail online hanno difficoltà a coinvolgere i Millennial in modi significativi e mirati, in base al loro comportamento e alle loro preferenze”, commenta Harriet Green, General Manager, Watson IoT, Commerce and Education, IBM. “Grazie a questa collaborazione con IBM, abof.com creerà momenti di acquisto veramente unici, assicurando la consegna tempestiva di ogni articolo: esattamente il tipo di esperienza che fidelizza il cliente”.*

### **Informazioni su IBM Commerce**

IBM aiuta marketer, merchandiser e professionisti dell’e-commerce a comprendere il comportamento dei clienti e a utilizzare le informazioni per fornire esperienze altamente personalizzate e pertinenti a ogni punto di contatto. Per maggiori informazioni, cliccate qui e seguiteci su Twitter @ibmcommerce e #ibmamplify.

# # #

1. \* Studio Assocham PwC pubblicato a marzo 2016: <http://www.assochem.org/newsdetail.php?id=5581>

2. \*\*ASSOCHAM report

---

<https://it.newsroom.ibm.com/2016-05-24-IBM-collabora-con-abof-com-per-offrire-esperienze-di-shopping-personalizzate-per-i-Millennial>