**Nanovo uhonorowane nagrodą za projekt sklepu phygitalowego w kategorii Bricks and Mortar Innovation przez Retail Technology Innovation Hub**

* **Polska spółka technologiczna Nanovo została doceniona za innowacyjność w kategorii Bricks and Mortar Innovations podczas tegorocznej edycji Retail Technology Innovation Hub Innovation Awards w Londynie. To kolejna międzynarodowa nagroda potwierdzająca pionierskie podejście firmy do cyfrowej transformacji sklepów.**
* **Stworzony dla 6thStreet.com sklep phygitalowy w Dubaju jest pierwszym tego typu konceptem w regionie GCC.**
* **Wyróżniki sklepu phygital: większe SKU niż w standardowym stacjonarnym punkcie, skrócenie czasu zakupów, ograniczeniu zwrotów do zaledwie 4%.**

Koncepcja sklepu phygital’owego, zaprojektowana przez Nanovo dla popularnego w krajach Zatoki Perskiej e-commerce’u 6thStreet.com, zdobyła uznanie zwyciężając w kategorii Bricks and Mortar Innovation w Londynie. W ramach niej oceniano detalistów, którzy poprzez użycie innowacyjnych technologii skracają ścieżkę zakupową i udoskonalają doświadczenie klienta. *Projekt zrealizowany przez Nanovo jest doskonałym przykładem wykorzystania tego, co konsumenci kochają w zakupach zarówno w sklepie stacjonarnym, jak i na platformie online, korzystając z e-commerce. Bezpośrednie interakcje łączą się tu ze światem wirtualnym* – podkreślił Scott Thompson, założyciel i wydawca w Retail Technology Innovation Hub.

**Pionierski sklep phygital’owy w Dubaju**

E-commerce 6thStreet.com, dla którego Nanovo stworzyło pierwszy sklep phigital’owy będący pomostem pomiędzy wirtualną a fizyczną rzeczywistością, jest nie tylko miejscem zakupów, ale także symbolem nowej ery detalicznej w regionie GCC. Ten pierwszy w swoim rodzaju punkt na mapie Dubaju jest namacalnym dowodem na to, jak sztuczna inteligencja i cyfrowa rzeczywistość mogą być wykorzystywane do stworzenia nowego formatu sklepu*. Jesteśmy zaszczyceni, że możemy być częścią zmian, które zachodzą obecnie w branży detalicznej. Ten fantastyczny projekt, przy którym pracowaliśmy dla 6thStreet.com, był możliwy m.in. dzięki naszej autorskiej platformie software'owej - SIGNIO, umożliwiającej prezentację oferty produktowej dostępnej w sklepie. Technologia ta nie tylko poprawia jakość doświadczenia zakupowego, ale także kształtuje nowe standardy w prezentacji asortymentu, łącząc światy online i offline* – mówi Piotr Badowski, CEO Nanovo.

**Nowy format doświadczeń zakupowych i korzyści dla branży retail**

Innowacje z zakresu customer experience otwierają nowe możliwości dla przyszłości zakupów, gdzie granice między światem cyfrowym a fizycznym stają się coraz bardziej płynne. Projekt sklepu phygital’owego zapewnia szereg korzyści dla każdej ze stron w procesie podejmowania i realizowania decyzji zakupowych. Skrócony czas zakupów i dostawy wybranych produktów oraz ograniczenie kosztów to jedne z wielu korzyści w nowym modelu dla sektora detalicznego.

W przestrzeni sklepu phygital nie znajdziemy tradycyjnych wieszaków, zostały one zastąpione przyjazną dla użytkownika aplikacją. Klienci korzystają z tabletów, na których mogą przeglądać dostępną w sklepie ofertę. Interfejs bazujący na oprogramowaniu SIGNIO jest równie intuicyjny jak ten znany z zakupów online. Wśród korzyści sklepu phygitalowego wymienia się również możliwość posiadania aż do pięciu razy więcej SKU (Stock Keeping Unit) niż w standardowym sklepie. Co więcej, otwieranie przez sklepy e-commerce ich stacjonarnych odpowiedników ma realne przełożenie na wzrost świadomości marki o średnio 10% wśród lokalnych społeczności oraz zwiększenie poziomu zadowolenia z usług. Dodatkowo, klienci mogą skorzystać z opcji „przymierz przed zakupem”, co przekłada się bezpośrednio na zmniejszenie liczby dokonywanych zwrotów z przeciętnego poziomu 30% do zaledwie 4%. Sklep phygital’owy daje możliwości, których nie mamy w przypadku tradycyjnych przestrzeni retailowych, pozwala m.in. na łatwe identyfikowanie powracających klientów wraz z ich zrachowaniami konsumenckimi i historią zakupów. Umożliwia to personalizację doświadczenia zakupowego, co stanowi klucz do budowy lojalności klientów wobec marki i odpowiada na ich oczekiwania.