

LE "4C" DELLA TRASFORMAZIONE DEL RETAIL NEL FASHION: COME SFRUTTARLE A PROPRIO VANTAGGIO

L'impatto della trasformazione del retail sulle condizioni operative delle aziende di fashion (costi, controllo qualità, concorrenza ed esigenze dei consumatori) sta obbligando il settore a ottimizzare i processi di produzione con l'automazione e la digitalizzazione e a migliorare la shopping experience con il marketing omnicanale.



Scopri come le aziende stanno gestendo le 4C della trasformazione del retail per sfruttare le nuove opportunità di business e scongiurare i rischi. →

COSTI

Produzione redditizia (solo ciò per cui i clienti sono disposti a pagare) in bassi o alti volumi, per gestire i costi operativi e proteggere i margini.



02



CONTROLLO

Controllo e visibilità perfetti sull'intero flusso di lavoro di sviluppo e produzione, per ottimizzare la qualità e la durata dei capi.

CONCORRENZA

Scelta di prodotti e disponibilità in linea con la domanda, al prezzo giusto e nei canali di vendita giusti, per soddisfare le esigenze dei clienti e coltivare la brand loyalty.

03



04



CONSUMATORI

Una shopping experience fluida per rafforzare la relazione del consumatore con il brand e migliorare la soddisfazione del cliente.

Scarica la nostra eGuide per saperne di più sulla trasformazione del retail, le sue sfide e come Lectra può aiutarti a cogliere queste opportunità.

[SCARICA LA EGUIDE ↓](#)