

CLIENTE	<b>Innovery</b>	TESTATA	<b>Cybersecuritynews.es</b>	DATA	<b>16 aprile</b>
---------	-----------------	---------	-----------------------------	------	------------------

## CyberSecurity news

I consumatori fanno un utilizzo sempre maggiore di dispositivi digitali per scegliere i prodotti e acquistarli. Molte aziende stanno quindi tentando di mettere in pratica l'innovativo paradigma in base al quale è necessario seguire i comportamenti dei clienti gestendo in tempo reale la comunicazione online e offline. Per permettere quindi ai propri clienti di gestire l'omnicanalità [Innovery](#) propone un sistema innovativo e conveniente per diversi brand del mondo fashion.

*“Il traffico nei punti di vendita fisica è in calo da anni, mediamente del 5% – spiega Michele Illiano, Business Unit Manager di Innovery. Una tendenza apparentemente irreversibile. Non è una questione di singolo brand, di Paese o di posizione: dopo un momento di picco successivo all'apertura, il numero dei clienti che entrano nei negozi diminuisce, ed è per questo che è fondamentale incrementare gli altri canali comunicativi con i loro.”*

In questo momento di crisi globale dovuto al Covid-19, le vendite online di alcuni brand stanno raggiungendo picchi molto alti; in Cina ad esempio si sono registrati aumenti del 250%. Questo aumento di transazioni sui canali online obbliga i brand a dotarsi di un sistema e-commerce all'avanguardia.

Il sistema sviluppato da Innovery è un Enterprise Service Bus tailorizzato sulle necessità del settore della moda: si tratta di un'infrastruttura digitale che permette di ottimizzare tutta la filiera comunicativa tra le varie componenti del sistema di vendita di un'azienda.

Si tratta in estrema sintesi di una sorta di traduttore universale tra tutti i tasselli che compongono un'infrastruttura digitale di un'azienda: tendenzialmente, ciascuna parte della catena, ad esempio quello che riceve la richiesta d'acquisto dall'e-commerce da parte del cliente, è scritto in un linguaggio diverso (java, python) rispetto ad un altro, come la logistica. Diventa quindi fondamentale uniformare il linguaggio per permettere interazioni più veloci, e per questo il sistema sviluppato da Innovery è in grado di tradurre tutti i diversi "codici" utilizzati in un solo linguaggio, inviando l'ordine al sistema che identifica quale magazzino con la merce richiesta è più vicino a chi lo ha ordinato. Questa caratteristica comporta una serie di vantaggi, spiega Michele Illiano di Innovery:

- a livello organizzativo velocizza le operazioni online e offline, dall'acquisto alla consegna automatizzando la gestione dell'intercambio di messaggi interapplicazione e minimizzando le attività manuali degli operatori;
- a livello economico permette un notevole taglio di costi: parliamo di un risparmio in termini di adattamento delle comunicazioni tra differenti applicazioni (minimizzato quando si usano ESB). Esempio: se voglio aggiungere un nuovo articolo o aggiornare il catalogo vendite, bisogna andare a toccare l'applicazione di gestione degli ordini, di gestione magazzino, il front web, etc. Se ogni volta si dovesse ricreare e aggiornare l'intercambio di messaggi tra tutte queste applicazioni, si avrebbe un costo 10-15 volte superiore rispetto a usare un bus di comunicazione;
- a livello di modernizzazione dell'azienda: permette di essere agili su ogni canale (fisico, online, ecc) promuovendo l'omnicanalità. Oggi di fatto i canali digitali sono diventati un punto di contatto imprescindibile, anche per i consumatori con un forte bisogno di tangibilità nel proprio percorso di acquisto.

Gli applicativi, ossia i vari tasselli che compongono la complessa catena del sistema di e-commerce di un'industria fashion, sono molto particolari, quindi un ESB come quello utilizzato da Innovery da un valore aggiunto alle aziende perché disegnato su misura per le esigenze del singolo brand.