HPE GreenLake

Vendita al dettaglio interconnessa su vasta scala

The Home Depot sfrutta HPE GreenLake for Networking per integrare il processo di acquisto in-store e online e offrire customer experience ottimali

Durante la pandemia, milioni di persone hanno iniziato a migliorare l'ambiente domestico, determinando un aumento vertiginoso delle vendite di The Home Depot, sia online che in presenza. Grazie agli investimenti strategici nella sicurezza della connettività, il rivenditore è riuscito ad accelerare e promuovere una crescita senza precedenti in un periodo di grande incertezza. Ora, con la possibilità di espandere ulteriormente le potenzialità e fare di più all'edge, i clienti sfruttano i vantaggi offerti, da una fluida esperienza di acquisto alla connettività avanzata e al ritiro lato strada senza problemi.

Grande realtà del retail, grandi cambiamenti

I negozi in stile magazzino hanno molto da offrire. Con un'entusiasmante varietà di articoli e servizi riuniti in un'unica sede, offrono tutto quello che serve per accendere l'immaginazione e ispirare nuovi progetti.

Ma trovare il prodotto giusto in uno negozio grande come due campi di calcio può essere un'impresa davvero ardua. I responsabili di The Home Depot lo sanno fin troppo bene. Con oltre 50.000 singoli prodotti in ogni punto vendita e milioni disponibili online, ai clienti serviva un modo per orientarsi nell'enorme quantità di opzioni e trovare facilmente quello di cui avevano bisogno.

Alcuni anni fa, il colosso del retail ha lanciato un'iniziativa, One Home Depot, per combinare le esperienze di shopping online e in-store. “Le aspettative dei clienti stanno cambiando a un ritmo frenetico, mai visto prima”, spiega Daniel Grider, Vice President of Technology di The Home Depot. “Quali sono le loro aspettative? Dove vogliono acquistare? Come desiderano farlo? Sapevamo di dover investire in queste priorità per migliorare la customer experience".

Pronti per gestire gli imprevisti

Poi è arrivata la pandemia. L'intera popolazione mondiale si è trovata improvvisamente a trascorrere una quantità di tempo senza precedenti nelle proprie case, quindi era ovvio che desiderasse rendere questi spazi più confortevoli, personali ed efficienti.

The Home Depot era pronta per fare la sua parte. "La nostra cultura aziendale prevede di fare la cosa giusta. Abbiamo affrontato calamità naturali, sia all'interno

Settore: vendita al dettaglio
Paese: Stati Uniti

Visione

Integrare le esperienze di acquisto online e in-store per ridurre i disguidi e creare le condizioni per la crescita

Strategia

Realizzare un'architettura di rete in-store agile e flessibile per semplificare gli acquisti e il lavoro presso The Home Depot

Risultati

- Copertura wireless 15 volte più estesa all’esterno dei punti vendita (6 metri contro oltre 90)
- Contribuire a creare una customer experience senza disguidi integrando le esperienze online e in-store.
- Agilità per adattarsi in tempi rapidi ed espandere notevolmente le soluzioni tecnologiche all'interno dei negozi

dei punti vendita che in tutto il Paese. I nostri team sono abituati a dare il massimo", sottolinea Grider. "Eravamo in una posizione ideale grazie alla base di innovazione a supporto dei team. La pandemia ha accelerato molti dei progetti e degli investimenti che stavamo già pianificando".

Ma la situazione stava cambiando ancora prima della pandemia. "Le vendite online crescevano già a un ritmo eccezionale", ricorda Grider. "Anche le vendite in-store continuavano ad aumentare, ma le esperienze non erano sempre in linea con le necessità dei clienti".

Una costante ricerca del miglioramento

Combinare le esperienze in-store e online non sarebbe stato facile, ma le cose stavano cambiando rapidamente. “Oggi consideriamo l’online la porta di accesso dei nostri punti vendita”, afferma Grider. "Per noi significa che la metà delle persone che effettuano ordini online preferisce ritirare i prodotti all'interno dei nostri punti vendita. Non vogliono ricevere la consegna a domicilio. Sappiamo quanto sia importante offrire la stessa esperienza ovunque, dalla navigazione online a casa al momento in cui i clienti entrano in negozio. Deve essere perfettamente equivalente”.

The Home Depot non soltanto è riuscita a mantenere aperte le proprie sedi, ma ha anche ottenuto grandi successi in un periodo di forte incertezza; per riuscirci, è stato necessario dedicare maggiore attenzione alle esperienze nei 2.300 punti vendita dell'azienda. "Siamo spinti dall'incessante desiderio di eliminare i disguidi dalle esperienze di acquisto dei nostri clienti", sostiene Grider. "E l'iniziativa One Home Depot è stata fondamentale per raggiungere l'obiettivo".

Migliorare i risultati all'edge

Realizzare quest'ambiziosa idea implicava un notevole incremento della quantità e della qualità delle reti all'interno e nei dintorni dei negozi.

Con negozi che ospitano spazi commerciali interni di quasi 9.300 metri quadrati, apportare miglioramenti all'edge sarebbe stata un'impresa complessa. Ma non era tutto. The Home Depot desiderava estendere la connettività alle aree adiacenti ai negozi per includere anche i parcheggi.

"Penso che i clienti vogliano flessibilità", rivela Grider. "Si tratta del momento o del modo in cui preferiscono fare acquisti e noi dobbiamo rispondere alle loro esigenze. Vogliamo che siano sempre connessi, quando visitano l'area esterna dedicata al giardino oppure uno dei reparti stagionali".

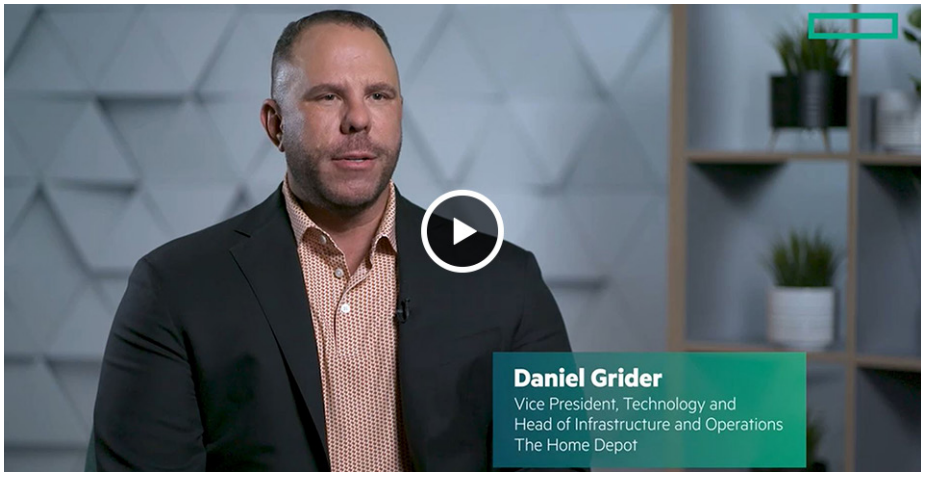
Decisioni fondamentali

The Home Depot era consapevole del fatto che realizzare tutto questo avrebbe richiesto un intervento di portata enorme. "Abbiamo esaminato i requisiti e l'investimento iniziale necessari per concretizzare il nostro progetto", racconta Grider. "Poi abbiamo ragionato in una prospettiva a 5 anni e valutato i costi per un aggiornamento completo dell'ambiente, comprendendo che dovevamo adottare un approccio diverso".

Oltre ai costi, Grider voleva anche eliminare la complessità delle distribuzioni e della gestione continua della soluzione. “Per noi è importante migliorare la facilità di gestione, semplificando l'interazione degli sviluppatori con le piattaforme e le risorse di elaborazione”.

Per supportare la sua iniziativa, The Home Depot ha scelto Edge Services Platform (ESP) di HPE Aruba Networking, fornita tramite HPE GreenLake for Networking: una soluzione network-as-a-service che consente a Grider e al team di distribuire

> Non parliamo solo di estendere il segnale wireless di 5-6 metri di fronte al negozio, ma di portarlo a oltre 90 metri. Si tratta di un'opzione di connettività rivoluzionaria".
>
> - **Daniel Grider**, Vice President of Technology, The Home Depot



le risorse secondo un modello di consumo flessibile e in abbonamento.

Scalabilità flessibile, potenza per fare di più

La soluzione prevede access point wireless HPE Aruba Networking gestiti tramite il cloud di HPE Aruba Networking Central con funzionalità AIOps per il monitoraggio proattivo dei profili di sicurezza e dell'integrità della rete. La tecnologia wireless include servizi di localizzazione di HPE Aruba Networking tramite access point WLAN.

“HPE GreenLake for Networking non solo genera una copertura wireless pervasiva in ogni punto vendita, ma semplifica le future operazioni di gestione e distribuzione di nuovi sistemi”, dichiara Grider.

E soprattutto è una rete che semplifica gli acquisti e il lavoro presso The Home Depot.

“Il nostro è un ambiente di magazzino. Lo spazio di vendita al dettaglio è caratterizzato da alte scaffalature e dalla presenza di molti prodotti. Quindi è problematico spostarsi e continuare a mantenere la copertura”, segnala Grider. “Uno degli aspetti più interessanti di HPE GreenLake for Networking è la scala della copertura wireless che riusciamo a ottenere”.

La nuova rete ha anche creato le condizioni per la progettazione di nuovi dispositivi portatili su misura per gli addetti alle vendite di The Home Depot. "Abbiamo collaborato con Zebra Technologies per realizzare un telefono che sfrutta tutte le tecnologie degli access point Aruba", evidenzia Grider. "Adesso crediamo di aver messo a disposizione dei nostri collaboratori strumenti che permettono loro di aiutare i clienti e di semplificarsi la vita".

Agilità quando conta di più

Si tratta di un investimento che ha consentito a The Home Depot di raggiungere nuovi livelli di agilità del business. “Con HPE GreenLake for Networking abbiamo davvero la possibilità di adeguarci in tempi estremamente rapidi e di fornire nuove soluzioni in base alle esigenze”, aggiunge Grider.

Nei primi giorni della pandemia, le amministrazioni locali hanno iniziato a imporre ai rivenditori opzioni di ritiro lato strada. Poiché The Home Depot era classificata come attività essenziale, l'azienda si è trovata a dover scalare rapidamente le proprie funzionalità di rete esterne.

“Prima non avevamo una grande richiesta di ritiro lato strada, ma quando la domanda è cambiata, sapevamo di avere le basi per riuscire a rispondere alle nuove esigenze”, spiega Grider. “Non parliamo solo di estendere il segnale wireless di 5-6 metri di fronte al negozio, ma di portarlo a oltre 90 metri. Si tratta di un'opzione di connettività rivoluzionaria".

> Siamo spinti dall'incessante desiderio di eliminare i disguidi dalle esperienze di acquisto dei nostri clienti".
>
> - **Daniel Grider**, Vice President of Technology, The Home Depot

> Con HPE GreenLake for Networking abbiamo davvero la possibilità di adeguarci in tempi estremamente rapidi e di fornire nuove soluzioni in base alle esigenze".
>
> - **Daniel Grider**, Vice President of Technology, The Home Depot

Un aiuto nel percorso del cliente

Un altro vantaggio della soluzione: il supporto e la gestione spettano ad HPE GreenLake for Networking. "Ci affidiamo ai professionisti che realizzano il prodotto per l'esecuzione, il supporto e la gestione delle analisi quotidiane", sottolinea Grider. "Questo solleva le nostre risorse tecnologiche e ingegneristiche dall'onere del processo decisionale, in modo che possano concentrarsi su fattori più strategici per il valore aziendale".

Così Grider e il team riescono non solo a fare di più, ma possono lavorare con la massima tranquillità. "HPE GreenLake for Networking è stato davvero fondamentale per capire cosa succede nei nostri punti vendita per quanto riguarda l'integrità, il monitoraggio e la qualità dell'intera connettività wireless".

E se la connettività funziona, The Home Depot si avvicina all'obiettivo di mantenere la promessa di esperienze di vendita al dettaglio interconnesse e senza disguidi. "Parliamo del percorso dei clienti, ma noi siamo in viaggio con loro", conclude Grider. "I clienti sono al posto di guida e decidono dove vogliono andare e come vogliono arrivarci. È nostro compito accompagnarli in questo percorso con le aspettative che meritano e le risposte di cui hanno bisogno".

Soluzione

HPE GreenLake for Networking

- HPE Aruba Networking Central
- Switch HPE Aruba Networking serie CX 6300
- Access point HPE Aruba Networking serie 570
- Sensori UXI HPE Aruba Networking

Esplora **HPE GreenLake**

Chat **Email** **Chiama** **Aggiornamenti**

Hewlett Packard Enterprise

© Copyright 2023 Hewlett Packard Enterprise Development LP. Le informazioni contenute nel presente documento sono soggette a modifica senza preavviso. Le uniche garanzie per i servizi e i prodotti Hewlett Packard Enterprise sono quelle espressamente indicate nelle dichiarazioni di garanzia che accompagnano tali prodotti e servizi. Nulla di quanto contenuto nel presente documento potrà essere interpretato come garanzia supplementare. Hewlett Packard Enterprise declina ogni responsabilità per eventuali omissioni ed errori tecnici o editoriali contenuti nel presente documento.

a50006905ITE, Rev. 2