Internet delle cose, lo shopping del futuro è già qui

internet-delle-cose-2fafee26

web 10309336_xlI prossimi anni accoglieranno quella che da molti è indicata come una rivoluzione destinata a cambiare in modo definitivo la Rete, la vita dei consumatori e le strategie di moltissime aziende: **l'Internet of Things** (spesso abbreviato con l'acronimo IoT), ovvero l'Internet degli oggetti. Si tratta dell'evoluzione della capacità di trasmissione di informazioni digitali che dal modello "classico" che fa dialogare le persone con altre persone, integra la comunicazione dalle persone agli oggetti, fino a giungere al dialogo tra oggetti in assenza di presenza umana, tramite tecnologie in grado di abilitare il riconoscimento e lo scambio di informazioni con i produttori, gli operatori e altri oggetti connessi. I campi di applicazione dell'IoT sono quasi infiniti e il fermento nella progettazione di servizi è in crescita esponenziale. Secondo le stime di **Gartner**, cui si devono le prime analisi nel campo, nel 2020 ci saranno 26 miliardi di oggetti connessi nel mondo, ma altri istituti di ricerca specializzati si spingono ad affermare che il numero raggiungerà e supererà i 100 miliardi.

Al di là della quantità, che sta a dimostrare l'impatto sulla trasmissione di dati veicolati dalla Rete nel prossimo futuro, quello che sembra essere certo è l'impatto sulle abitudini ed i comportamenti delle persone. L'ambiente all'interno del quale ci muoveremo sarà pervaso da input di ogni genere che dovrebbero permetterci, se opportunamente configurati, di avere **una vita più semplice e meno soggetta a imprevisti**. La sveglia che suona in anticipo nel caso in cui sia previsto un flusso di traffico maggiore dovuto al maltempo, scatole di farmaci che inviano un allarme nel caso in cui ci sia dimenticati di assumere una pillola, temperatura ed illuminazione ideale che ci accolgono a casa attivate dall'avvicinarsi alla propria abitazione, sono solo alcuni piccoli esempi.

Anche nel campo della **shopper experience**, sia essa all'interno della GDO che nelle piccole superfici, l'IoT prometterà di rivoluzionare il modo in cui i consumatori interagiranno con gli store: **offerte personalizzate** in base alla vicinanza ai prodotti, suggerimenti durante lo shopping alimentare basati sulle informazioni inviate dal frigorifero di casa, eliminazione della cassa tradizionalmente

intesa a vantaggio di un pagamento istantaneo al momento dell'uscita, sistemi di loyalty condivisi tra insegne diverse per cogliere le opportunità offerte dalle sinergie di prodotto e di servizio. Anche la supply chain e la gestione degli scaffali sicuramente beneficeranno dell'IoT con una trasformazione che dovrà necessariamente andare di pari passo con l'evoluzione delle abitudini dei consumatori.

Il mercato è in fermento e, solo per citare un esempio tra i più importanti, un big player del calibro di **IBM** ha recentemente annunciato il varo di una nuova divisione aziendale interamente dedicata all'IoT, con un investimento di 3 miliardi di dollari. Il futuro per molte realtà è già quindi un presente di intenso lavoro.