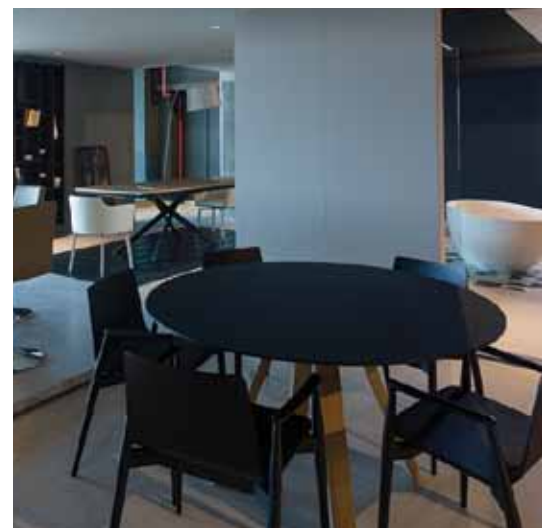


NUOVI SCENARI PER LO SHOWROOM ARREDOBAGNO

Per la distribuzione arredobagno è un momento storico di cambiamento fisiologico e, quindi, entra in gioco il Dna: chi è predisposto lo affronta attivamente sapendo dove andare, chi non lo è si fa trascinare. Ma il punto è... dove? Individuare nuovi possibili scenari è importante, ed è il contributo che Il Bagno Oggi e Domani intende dare al settore.

a cura della **Redazione**



Il mondo showroom ci appartiene e ci appassiona, e negli ultimi anni non solo lo abbiamo osservato e raccontato, ma lo abbiamo anche studiato, interrogato e coinvolto in appassionanti discussioni. Ricordiamo l'indagine "Osservatorio Arredobagno 2017" realizzata nel corso del 2017, presentata durante una tavola rotonda presso Assobagno e pubblicata parzialmente sul fascicolo del Bagno Oggi e Domani n.304/2017. E più recentemente, nel 2018, l'ampio Speciale Showroom, scritto a più mani da esperti e collaboratori della rivista e arricchito dalle tante voci che dal Nord al Sud del mercato arredobagno hanno accettato di raccontarci la loro esperienza presente e la loro visione futura della distribuzione. Testimonianze soggettive e reali, di aziende e distributori, condivise con la nostra Redazione con passione e orgoglio, che meritano ora di "uscire" dalla carta per confrontarsi dal vivo tra di loro e aiutarci così a delineare pochi ma oggettivi "Nuovi Scenari per lo Showroom arredobagno", il titolo della nostra indagine 2019.

IL FUTURO DELLO SHOWROOM

(di **Giuseppe Piazza**)

Il punto vendita è e sarà ancora per molto un elemento fondamentale nella filiera dell'arredobagno. Il suo ruolo e la sua connotazione fisica, nondimeno, stanno registrando cambiamenti, talvolta repentini, ancora non bene codificati e inseriti, in modo preciso, un nuovo concept funzionale.

Questo fattore, più che un problema, può essere considerata un'ottima opportunità di crescita e sviluppo della distribuzione e apre i fronti a nuovi scenari per ridisegnare i confini e le caratteristiche operative degli spazi commerciali. Su questa riflessione, nel 2018 Il Bagno oggi e domani, in collaborazione con Nordest Innovazione, ha contribuito con un'indagine quantitativa su alcuni aspetti gestionali e di offerta di valore. Questo lavoro di ricerca prosegue quest'anno con un progetto di analisi qualitativa, che coinvolgerà esponenti della produzione, della distribuzione e della progettazione e che, attraverso una serie di workshop di design



“NUOVI SCENARI PER LO SHOWROOM ARREDOBAGNO, ATTRAVERSO L'INTERPRETAZIONE DEI SUOI PROTAGONISTI”

Indagine a cura del Bagno Oggi e Domani in collaborazione con Amploom e Nordest Innovazione

AL VIA L'INDAGINE 2019 del BAGNO OGGI E DOMANI ENTRATE CON NOI NELL'ERA DEL DESIGN THINKING!

L'indagine che ci impegnerà nel corso di quest'anno, il cui titolo completo è “Nuovi Scenari per lo Showroom arredobagno, attraverso l'interpretazione dei suoi protagonisti” più che una ricerca sarà un lungo e intenso percorso che condivideremo con alcuni operatori del settore, che si sono prestati a mettersi in gioco. Mettendo a disposizione il loro tempo e la loro esperienza, essi contribuiranno a dare forma a un progetto utile a tutti.

Al momento non possiamo svelare i loro nomi, ma li ringraziamo fin da ora!

Obiettivo dell'indagine

Definire in esclusiva per il Bagno Oggi e Domani nuovi scenari per lo spazio espositivo, attraverso l'interpretazione dei protagonisti della filiera del settore arredobagno.

Metodologia

Il progetto sarà sviluppato attraverso 3 workshop, con protagonisti 3 diversi target, condotti con la metodologia del Design Thinking.

Il progetto sarà condotto da Serena Leonardi, founder di Amploom, e Giuseppe Piazza, founder di Nordest Innovazione.

Chi sono?

Serena Leonardi | *Fondatrice di Amploom, si occupa di ampliare il potenziale di innovazione delle aziende tramite strumenti visuali e collaborativi del Service Design e del Design Thinking. Collabora regolarmente con enti di formazione e associazioni di categoria come Confartigianato e Confindustria, centri di innovazione come H-Farm e università come il Politecnico di Milano e Ca' Foscari. Precedentemente ha lavorato in Germania presso l'headquarter di Volkswagen, dove si è occupata dell'adozione della metodologia del Design Thinking per supportare processi di trasformazione aziendale.*

Giuseppe Piazza | *Fondatore di Nordest Innovazione, è attivo da diversi anni nel mercato della consulenza per la piccola e media impresa industriale e commerciale dell'Italia del Nord. Di formazione economica (Laurea in Scienze Politiche – Ramo Economico, Master in Project Management, Master in Direzione Aziendale e Strategica), si forma presso l'Università degli Studi di Padova, l'Università Cattolica di Milano, la Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi di Milano, il Centro di Formazione Manageriale e Gestione d'Impresa di Bologna. Opera soprattutto nell'ambito della strategia e organizzazione, marketing e comunicazione, project management.*

Stay tuned!

L'indagine sarà presentata pubblicamente in occasione di un convegno che si terrà durante la settimana del Salone del Mobile.

Seguitemi per restare aggiornati!

thinking, guiderà i partecipanti a ripensare il ruolo e ridisegnare il modello dello showroom del futuro.

IL DESIGN THINKING PER NUOVE ESPERIENZE DI SHOWROOM

(di **Serena Leonardi**)

Per cogliere al meglio le opportunità offerte e anticipare il cambiamento dei prossimi anni, il Bagno Oggi e Domani sta svolgendo un progetto di analisi qualitativa che coinvolge i protagonisti della filiera del settore arredobagno in attività di workshop, ossia in momenti di confronto e contaminazione di opinioni e idee, con l'obiettivo di generare degli scenari sul futuro dello showroom.

I workshop tratteranno temi come la relazione dello spazio espositivo con gli altri canali di interazione con il cliente (fra cui i canali digitali), l'evoluzione del ruolo del personale e la relazione con gli altri attori esterni coinvolti, la digitalizzazione di spazi e interazioni. Gli scenari che verranno costruiti saranno quindi delle reinterpretazioni della Customer Journey proposta dagli showroom, in modo da creare esperienze memorabili ed efficaci per il cliente e individuare servizi significativi che valorizzino e arricchiscano l'offerta, andando anche oltre lo spazio espositivo.

Questi workshop, grazie alla collaborazione con consulenti esterni di Nordest Innovazione e Amploom, saranno gestiti tramite la metodologia del Design Thinking, un approccio che, come la parola suggerisce, viene dal mondo del Design ma è ora utilizzato in

contesti più ampi che prevedono non solo lo sviluppo di nuovi prodotti o servizi, ma anche l'innovazione dei modelli di business aziendali o la costruzione di esperienze significative per i clienti all'interno di punti vendita e showroom.

Il Design Thinking infatti è un approccio che guida le aziende attraverso una progettazione utente centrica, che tiene quindi in considerazione le esigenze in evoluzione delle persone, e allo stesso tempo olistica, ossia in grado di affrontare le sfide considerando i diversi punti di vista e i diversi interessi degli attori coinvolti all'interno delle filiere. Condurre dei workshop utilizzando la metodologia del Design Thinking permette inoltre di utilizzare degli strumenti visuali, delle vere e proprie mappe e degli schemi che aiutano a facilitare la collaborazione fra le persone coinvolte e, per l'appunto, visualizzare in modo efficace lo scambio di informazioni e la generazione creativa di scenari.

La collaborazione e la contaminazione saranno quindi i pilastri alla base del progetto. Per questo motivo verranno coinvolte figure di riferimento del settore, ossia i titolari di aziende produttrici, i titolari di showroom e i progettisti d'interni. I diversi punti di vista e il variegato bagaglio di esperienze, verranno quindi messi a sistema in modo creativo per reinterpretare lo spazio espositivo del mondo arredobagno in scenari di riferimento che identificano lo showroom di domani. Questi scenari, realizzati in esclusiva, saranno presentati durante il Salone del Mobile 2019.