

L'accelerazione della digital transformation

L'impatto della pandemia ha accelerato una serie di fenomeni legati all'evoluzione digitale sia dal lato della domanda che della relativa offerta. Stiamo assistendo infatti ad una riconfigurazione dell'industria in generale, cui non fa eccezione il comparto cosmetico, dove l'ambito digitale ridisegna l'esperienza dei consumatori che cambiano il loro comportamento d'acquisto. In questo contesto si conferma in misura sempre più diffusa la necessità da parte di Cosmetica Italia di affiancare le imprese nella definizione della nuova cultura digitale.

A questi bisogni ha risposto negli ultimi anni il progetto Cosmetic Digital Hub che, in partnership con Netcomm, ha indagato i bisogni delle imprese, offrendo attività di informazione e specializzazione sul tema.





Nel breve periodo l'attività e il presidio della *digital transformation* saranno sempre più orientati all'offerta di servizi e consulenze specifiche, ben consci che la comunicazione digitale deve essere al centro della strategia d'impresa: i dati, le tecnologie e le piattaforme sono elementi essenziali e un passaggio obbligato per poter competere oggi.

Il futuro va verso lo *unified commerce*, cioè l'opportunità per le imprese di sfruttare l'integrazione delle varie piattaforme tecnologiche per servire il cliente in maniera unificata: strutture commerciali che sappiano organizzare l'integrazione armoniosa di processi e sistemi retail per soddisfare una *customer experience* univoca.