

Przedmowa do wydania polskiego

Wstęp

ERA CYFROWA

Armagedon?

Ewolucja ścieżki zakupowej klienta w erze cyfrowej

Data is the new oil

10 ZASAD RETAIL 4.0

1. Bądź niewidzialny
2. Bądź płynny
3. Bądź destynacją
4. Bądź lojalny
5. Bądź osobisty
6. Bądź kuratorem
7. Bądź ludzki
8. Bądź bezgraniczny
9. Bądź wykładniczy
10. Bądź odważny

PUNKT WIDZENIA RYNKU

Amazon – Mariangela Marseglia

Autogrill – Gianmario Tondato

Boggi – Paolo Selva

Bridgestone – Stefano Parisi

Brooks Brothers – Luca Gastaldi

Brunello Cucinelli – Francesco Bottigliero

Campari Group – Bob Kunze-Concewitz  
Carrefour – Grégoire Kaufman  
Coccinelle – Andrea Baldo  
Disneyland Paris – Juliette Bron  
Eataly – Oscar Farinetti  
Henkel – Rahmyn Kress  
HSBC – Charlie Nunn  
KIKO Milano – Cristina Scocchia  
La Martina – Enrico Roselli  
Levi Strauss & Co. – Lucia Marcuzzo  
Marks & Spencer – Simon Friberg Andersen  
Moleskine – Arrigo Berni  
Mondadori Retail – Pierluigi Bernasconi  
Natuzzi – Nazzario Pozzi  
Safilo Group – Angelo Trocchia  
SEA Aeroporti di Milano – Pietro Modiano  
Shiseido Group – Alberto Noè

Wnioski

11 POLSKICH STARTUPÓW, KTÓRE BĘDĄ NAPĘDZAĆ INNOWACJE W HANDLU DETALICZNYM

Podziękowania