

Cina vs Silicon Valley: nuovi modelli di shopping e il caso Hema

Settembre 19, 2018 · admin

Se pensiamo all'innovazione in generale (smartphone, computer, ecc) il primo luogo che ci viene in mente, a parte qualche eccezione, è la Silicon Valley, il polo tecnologico occidentale, residenza di grandi Brand quali Apple, Microsoft, Google e così via. Non si parla mai abbastanza, però, delle tech company Cinesi, che grazie alla nascita di una nuova classe di consumatori digitali, hanno portato allo sviluppo di nuove piattaforme che mescolano retail, contenuti, gaming, comunicazione, social. Questo perché il mercato cinese è da sempre un ecosistema a sé stante che, isolato dal resto del mondo, ci impedisce di vedere come tali compagnie stiano sviluppando modelli di business completamente nuovi e totalmente diversi da quelli nati nel mondo occidentale. Uno tra tutti è la catena di supermercati **Hema** che vedremo più avanti.

Contenuto multimediale:

https://embed.ted.com/talks/lang/it/angela_wang_how_china_is_changing_the_future_of_shopping

“Un bambino di 5 anni ha un’idea completamente diversa di shopping rispetto a quella che aveva la mia generazione” queste le parole di Angela Wang, membro fondatore di una delle più grandi compagnie di retail della Cina. E continua: “ il commercio, grazie alle piattaforme online, sta crescendo 2 volte più veloce rispetto agli Stati Uniti. Ogni mese 500 milioni di consumatori comprano tramite cellulare”

Ma questo perché? Perché il web ha sviluppato un forte senso di spontaneità verso l’acquisto investendo ogni settore come ad esempio assicurativo o quello dei beni di prima necessità (spesa nei supermarket).

Ma soprattutto ciò è avvenuto grazie a una nuova generazione di consumatori che è **mobile only** e **paga esclusivamente digitalmente**. Il punto di ingresso e di uscita per ogni acquisto è lo schermo di uno smartphone.

IL Modello Hema

Come detto, anche fare la spesa nei supermarket sta subendo un forte cambiamento in Cina, e gran parte del merito è da attribuirsi ad **Hema**, un sistema di vendita al dettaglio sviluppato da **Alibaba**.

Hema, in pratica, è un supermercato online in grado di consegnare a casa la spesa in circa 30 minuti. Sulla piattaforma si può acquistare di tutto: frutta, verdura, ma anche pesce fresco e persino granchi reali vivi dell'Alaska, il tutto semplicemente scaricando l'app, scegliendo i prodotti e pagando virtualmente.

Hema non è solo una piattaforma online. A Shanghai ci sono 20 punti vendita. Dei veri e propri centri logistici ed esperienziali in cui gli acquirenti possono comprare scannerizzando il bar code dei prodotti grazie all'app del cellulare, e i commessi aiutano semplicemente i clienti, raccolgono la merce e completano la packing list.

Contenuto multimediale: <https://www.youtube.com/embed/XNt18b5hOVE>

Insomma la Cina sta totalmente ridefinendo il concetto di shopping perché ad esso si stanno legando nuovi ecosistemi: nuove strategie di marketing, nuovi prodotti e nuovi modi di interagire con essi

Come possiamo definire, quindi, lo shopping del futuro?

In una sola parola: **Multidimensionale**. Esso è ormai totalmente inserito nei social network. L'esperienza di acquisto è cambiata, più simile a quella che si fa in un Parco giochi, caotica...ma divertente.

Concludiamo con una riflessione che Angela Wang ci lascia alla fine di questo TED Talk.

I Leader del mercato mondiale apriranno gli occhi verso quest'innovazione che la Cina sta portando?

Fonti:

<https://www.economyup.it/blog/se-vogliamo-capire-il-futuro-del-retail-guardiamo-la-cina-e-non-la-silicon-valley/>

https://www.alizila.com/hema-supermarket-offers-shoppers-new-retail-experience/?utm_source=youtube&utm_medium=social&utm_campaign=Take-a-Tour-of-a-Hema-Supermarket-and-Experience-%22New-Retail%22

Fonte: <https://www.ruralhack.org/cina-vs-silicon-valley-nuovi-modelli-di-shopping-e-il-caso-hema/>