

[HOME](#) » [DIGITAL](#) » Nasce Ultra retail, il digitale al servizio dei punti vendita

MARKETING MULTIMEDIA

## Nasce Ultra retail, il digitale al servizio dei punti vendita

Dall'incontro tra web e retail nasce **Ultra Retail**, la nuova divisione del gruppo **Marketing MultiMedia** che porta l'innovazione della tecnologia UHD 4k per il web all'interno dei punti vendita dei retailer di tutta Italia. "**Ultra Retail** - si legge in una nota - offre infatti ai brand soluzioni di digital content marketing per rivoluzionare l'esperienza di acquisto dei consumatori all'interno dei punti vendita introducendo nell'esperienza di visita elementi in grado di creare interazione, condivisione e sorpresa".

Vetrine e scaffali all'interno dei negozi vengono trasformati dalla tecnologia UHD 4k per il web sviluppata da **Marketing MultiMedia**, spiega il comunicato: i punti vendita si animano con cataloghi digitali, slider e scaffali digitali che stupiscono i consumatori grazie a contenuti web aggiornati in tempo reale che superano i limiti del negozio fisico a favore di un'esperienza visiva interattiva unica che crea continuità tra il punto vendita e la property digitale.

"La tecnologia e il web creano tutti i presupposti per poter supportare l'effetto showrooming attraverso un'esperienza in store memorabile e interattiva che soddisfa le aspettative dei consumatori attuali abituati alle logiche dei touchpoint digitali - dichiara **Roberto Silva Coronel**, ceo e founder di **Marketing MultiMedia** - **Ultra Retail** nasce proprio per favorire la creazione di sinergie tra fisico e digitale: mettiamo a disposizione dei brand del retail la nostra esperienza ventennale in ambito digital e tecnologico per la costruzione di nuovi percorsi di interazione con i consumatori all'interno dei punti vendita".

I consumatori giocano infatti ormai da tempo un ruolo attivo e multicanale nella relazione con il brand e nella scoperta del prodotto tanto che, come mostrano gli ultimi dati rilasciati dall'Osservatorio Multicanalità 2015 del Politecnico di Milano, **sono oltre 21 milioni di smartshopper italiani**: si tratta principalmente di giovani tra i 20 e i 44 anni caratterizzati da propensione alla spesa, soprattutto per l'acquisto di novità, e da una particolare sensibilità verso i punti vendita specializzati e innovativi.

**Ultra Retail**, conclude il comunicato, completa il percorso iniziato 20 anni fa da **Marketing Multimedia** che ha portato la digitalizzazione all'interno di alcune aree strategiche di business delle aziende. La società ha infatti introdotto il digitale prima nell'area eventi con **Digital Events**, poi nella comunicazione con **PrimeWeb** e **Performedia** (ceduta nel 2015 al gruppo **DigiTouch**) e oggi nel retail con **Ultra Retail** diventando in tal modo un digital consulting group a 360°.