



Nuova ricerca pubblicata da Harvard Business School dettaglia come l'Intelligenza Artificiale di Evo aumenti l'efficienza dell'inventario

Aumento rotazione di 5.9 punti e crescita ricavi di +€7,3 milioni in 1 anno grazie a strumenti e raccomandazioni Evo

Torino, 16 Marzo 2022

La prof.ssa Ayelet Israeli di Harvard Business School ha recentemente [pubblicato una ricerca](#) su come PittaRosso abbia aumentato il sell-through di 5.9 punti percentuali e ricavi per +7,3 milioni di euro utilizzando strumenti e raccomandazioni Evo per un anno.

Come?

Il sistema prescrittivo di apprendimento Evo, azienda italiana basata a Torino, è sviluppato grazie ad anni di raccolta dati, ricerca e sviluppo: driver critico per la maggiore efficienza di inventario e sell-through.

Per la sua ricerca, la professoressa Israeli ha analizzato il caso di studio di PittaRosso, retailer italiano di calzature, a partire dall'implementazione iniziale di Evo e per tutto il primo anno di lavoro. Il team PittaRosso è rimasto colpito dalla velocità dei primi risultati, impatto poi cresciuto e migliorato nel tempo, anche grazie a una maggiore chiarezza di obiettivi. Nella prima stagione, il tasso di sell-through aveva superato la chiusura della stagione precedente già dopo 4 settimane di utilizzo.

Gli strumenti Evo si adattano agli obiettivi di ciascuna azienda, trovando la strategia più efficiente anche di fronte a sfide inaspettate: "Usando Evo, [PittaRosso] è stata in grado di aggiustare la rotta e raggiungere i risultati desiderati", afferma la Dott.ssa Israeli.

"L'impatto immediato sul sell-through è stato ciò che ha entusiasmato di più il nostro team. Era chiaro a tutti che lo strumento di Evo poteva finalmente risolvere alcuni dei problemi di gestione dell'inventario con cui avevamo lottato a lungo", ha dichiarato Marcello Pace, CEO di PittaRosso.

Inoltre: i risultati sono migliorati con il passare del tempo. "Il sistema continua ad apprendere, quindi nel tempo l'impatto è maggiore aumentando esponenzialmente quando più processi lavorano in sinergia con lo stesso strumento. PittaRosso ha iniziato usando un solo tool Evo, evidenziando già ulteriori opportunità combinando più applicazioni lungo l'intera supply chain", afferma Fabrizio Fantini, CEO di Evo.

Questo esempio di risultati ottenibili attraverso gli strumenti Evo, non è l'unico. Sunil Gupta, altro professore di Harvard Business School, aveva precedentemente pubblicato un [caso di studio](#) su come Miroglio Fashion avesse aumentato i ricavi del +16% utilizzando le soluzioni supply chain di Evo.



Informazioni su Evo

Evo, con sedi a Londra e Torino, supporta la trasformazione dei processi cliente grazie a strumenti di Intelligenza Artificiale. Dal 2015, aiuta aziende partner nei beni di largo consumo, retail, industriali e finanziari a sfruttare i Big Data per ridurre gli sprechi, ottimizzare l'efficienza degli inventari, migliorare la disponibilità dei prodotti, aumentare il margine e innalzare i livelli di servizio. Le applicazioni di Evo supportano i processi di pricing, supply chain e scoring dei clienti.

www.evopricing.com