

Iper Vittuone scopre il piacere di fare la spesa con Joya

Gruppo Finiper propone ai suoi clienti la moderna formula dello shopping interattivo con l'uso dell'innovativo pod di Datalogic

1° Aprile 2009 – **Finiper** decide di adottare **Joya™** nel nuovo ipermercato **Iper Vittuone – Milano**, un punto di vendita di circa 8.000 mq con 50 casse di pagamento e oltre 38.000 prodotti, inserito all'interno del centro commerciale "Il Destriero".

Forte dei positivi risultati ottenuti nei punti vendita "**Iper, La grande i**" che hanno già adottato la soluzione **Shopevolution™**, anche l'ipermercato di Vittuone introduce il concetto di self-shopping e sceglie Joya, l'innovativo pod di **Datalogic™** per il servizio "**Vantaggi e Vai**".

Percorrendo le corsie dell' **Iper Vittuone**, sarà ora possibile essere protagonisti di una piacevole esperienza di shopping veloce, facile e divertente, in un negozio che riconosce con Joya il cliente, gli parla, gli offre proposte esclusive.

E' un passo importante quello di Finiper, la scelta di vedere Joya tra le mani dei suoi consumatori fortifica la collaborazione esistente con Datalogic e incrementa la fiducia riposta in Shopevolution.

"Grazie ai 96 **Joya**, il servizio 'Vantaggi e Vai' di Finiper trova la sua perfetta espressione: una nuova modalità per essere sempre accanto ai clienti con una forma di shopping piacevole", commenta Graziano Bordonetti, Direttore di Iper Vittuone. "Con questa soluzione anche Iper Vittuone può "coccolare" i suoi clienti coinvolgendoli in un'esperienza di "shopping emozionale" e imparando a conoscerli meglio per poter andare incontro alle loro esigenze. L'ipermercato può quindi rafforzare il rapporto di fidelizzazione del consumatore il quale preferirà il punto vendita che garantisce servizi personalizzati e all'avanguardia".

Joya è il "compagno di shopping" – di facile utilizzo per gli utenti più tecnologici, ma anche per i meno giovani - che, riconosciuto il codice a barre dei prodotti selezionati e imbustati, indica sul display a colori il prezzo, il numero degli acquisti effettuati, gli sconti applicati al prodotto prescelto, le eventuali promozioni, oltre al costo totale della spesa. Alla cassa basterà quindi consegnare Joya all'operatrice che si limiterà ad emettere lo scontrino, con una notevole diminuzione del tempo di attesa.

"Il servizio Vantaggi e Vai risponde appieno alle mutate esigenze dei consumatori" ha dichiarato Luigi Frison, Marketing Manager di Datalogic Mobile EBS. "I consumatori vogliono diventare sempre di più i protagonisti del processo d'acquisto, e l'emozione regalata da Joya rappresenta il colore dell'esperienza di spesa."

E questo è solo l'inizio! Così, se Joya può essere un ottimo strumento per migliorare il complessivo programma di servizio al cliente, un vero plus grazie al quale è possibile distinguersi dalla concorrenza, in futuro si potrà scegliere di fornire altri servizi esclusivi che Iper Vittuone sta valutando e approfondendo sempre con l'obiettivo di garantire al cliente un "percorso-spesa" ancora più rapido e davvero unico: tra queste il digital merchandising (messaggi multimediali informativi e promozionali direttamente su Joya) e il pagamento automatico alle casse.

Quest'ultimo, in particolare, permette al cliente di stampare da solo e velocemente lo scontrino con Joya, senza il bisogno di prelevare la merce dal carrello, ma semplicemente leggendo un apposito codice di fine spesa, con la certezza, comunque, di poter contare sull'aiuto del personale incaricato nel caso di dubbi.

Evidenti i vantaggi: il tempo di attesa alle casse viene praticamente azzerato, il consumatore è l'unico protagonista della sua spesa, senza dimenticare la migliore gestione del personale e delle strutture all'interno del centro vendita.

Enterprise Business Solutions, Business Unit di Datalogic Mobile, realizza soluzioni complete di Self-Shopping e Consumer Relationship Technologies per il mondo retail.

Con più di 300 installazioni in Europa, Enterprise Business Solutions è leader di mercato con Shopevolution in molti paesi, tra cui Italia, Francia e Belgio.

Datalogic Mobile, azienda del Gruppo Datalogic, è una dei protagonisti a livello mondiale nel mercato dei mobile computer ad uso professionale, dove si distingue per la completezza della gamma di prodotti offerti, dedicati alle applicazioni di gestione

dei magazzini, di automazione delle forze vendita e di campo e alla raccolta dati nei punti vendita.

Il **Gruppo Datalogic** è leader nel mercato dei lettori di codici a barre, di mobile computer per la raccolta dati, di sistemi a tecnologia RFID e di dispositivi fotoelettrici per il settore dell'automazione industriale ed offre soluzioni innovative per numerose applicazioni nel campo industriale, in particolare manifatturiero, dei trasporti & logistica, e grande distribuzione.

Datalogic S.p.A. è quotata presso il segmento STAR di Borsa Italiana dal 2001, con il simbolo DAL.MI, ha la propria sede centrale a Lippo di Calderara di Reno (Bologna) e conta circa 2000 dipendenti nel mondo, distribuiti in 30 Paesi tra Europa, Asia, Stati Uniti e Oceania.

Il Gruppo investe circa 30 milioni di Euro all'anno nel settore Ricerca e Sviluppo ed ha un patrimonio di oltre 850 brevetti in tutto il mondo.

Nel 2008 il Gruppo Datalogic ha conseguito ricavi per oltre 379 milioni di Euro ed un utile netto superiore a 17 milioni di Euro.

Per ulteriori informazioni:

Datalogic Mobile EBS

www.joya.datalogic.com

Luigi Frison

Marketing Manager

luigi.frison@datalogic.com

Tel. +39 0422 377512

Silvia Carraro

Press Office

press.ebs@datalogic.com

Tel. +39 0422 377537