



Nowość!

BEZPŁATNE



Nowe zlecenia

AUKCJE



Nowa usługa

ZLECENIA



Kupię

USŁUGI



Sprzedam

[Najciekawsze](#) [Biznes](#) [Edukacja](#) [Kraj](#) [Kultura](#) [Media](#) [Motoryzacja](#) [Polityka](#) [Rozrywka](#) [Sport](#) [Świat](#) [Technologie](#)

News był czytany 36 razy

« POPRZEDNI NASTĘPNY »

17.10.2008 21:26:43

Datalogic Mobile otrzymuje nagrodę Frost&Sullivan za Media Connect innowacyjność

Technologie



Firma Datalogic Mobile została uhonorowana prestiżową nagrodą przyznaną przez Frost & Sullivan za „Wybitne osiągnięcia w dziedzinie Informacji, Komunikacji i Technologii 2008” w kategorii „Najbardziej Innowacyjnego Produktu w 2008 roku” za produkt do robienia zakupów Joya z rozwiązaniem Shopevolution.

Międzynarodowa firma konsultingowa Frost & Sullivan uhonorowała Datalogic Mobile prestiżową nagrodą za „Wybitne osiągnięcia w dziedzinie Informacji, Komunikacji i Technologii 2008”. Nagroda jest przyznawana corocznie firmom, które przyczyniły się do znaczącego rozwoju przemysłu, produktów i usług. Datalogic Mobile otrzymała tę nagrodę również w uznaniu jej wkładu w inwestycje w badania i rozwój produktów. Nagrody Frost & Sullivan są przyznawane firmom na całym świecie za wybitne osiągnięcia i znakomite wyniki w dziedzinach: innowacyjność technologiczna, strategiczny rozwój produktu, przywództwo i obsługa klienta.

„Zintegrowany i innowacyjny produkt Datalogic: Joya z Shopevolution to nowa jakość na rynku sprzedaży detalicznej. Ten nowoczesny nośnik technologii cyfrowej przyczynia się do podnoszenia lojalności klientów i znacznej redukcji kosztów prowadzenia działalności przez supermarkety” – powiedział **Rufus Connell, dyrektor ds. badań Frost & Sullivan**. „Datalogic stworzył szczegółową strategię, w ramach której, nie tylko oferuje konkurencyjny zestaw innowacyjnego produktu i rozwiązania w miejscu zakupu, ale również osiągnął spektakularny wzrost na niezwykle konkurencyjnym i rozwijającym się rynku” – dodał **Rufus Connell**.

„Nagroda Frost & Sullivan za „Najbardziej Innowacyjny Produkt” jest dowodem znaczącego wpływu, jaki wywiera Joya z Shopevolution na rynek sprzedaży detalicznej” – podkreśla **Gian Paolo Fedrigo, dyrektor generalny Datalogic Mobile**.

DODAJ INFORMACJE

nie musisz się rejestrować

Szukaj

szukane hasło

SZUKAJ

Toruniak.pl

Toruń ogłoszenia

Tagi

[Kłos Polska](#) [Warszawa](#)
[Wesoła afera banki](#) [biznes](#)
[darmowe eToken](#) [film](#) [giełda](#)
[gospodarka](#) [internet](#)
[komputer](#) [koncert](#) [kryzys](#) [modelki](#)

JOYA, NOWY SPOSÓB NA ZAKUPY

Joya, produkt Datalogic, wyrósł bezpośrednio z nowej idei zakupów, które są jednocześnie rozrywką i pozyskiwaniem informacji. Dzięki temu interaktywnemu urządzeniu, wymagający klienci, mają dostęp do wielu informacji m.in. o cechach produktów, ich zawartości odżywczej, cenach, promocjach i ofertach specjalnych. Dzięki skanowaniu wykonywanemu samodzielnie przez klienta zakupy odbywają się jeszcze szybciej, a sam proces jest lepiej dostosowany do jego indywidualnych potrzeb. Rezultatem jest zwiększenie osobistego zaangażowania i zadowolenia klienta. Dzięki technologii Bluetooth, ze stacji oznaczonych logo Joya można ściągnąć zdjęcia, filmy reklamowe oraz gry video i umieścić je na półkach, wzdłuż przejść w supermarkecie.

Joya stanowi również skuteczne narzędzie proximity marketingu (bezprowadowej dystrybucji elektronicznych treści promocyjnych o określonym zasięgu). Posługując się Joya można monitorować zwyczaje klientów, historię zakupów i oczekiwania. Uzyskane w ten sposób informacje mogą posłużyć do stworzenia bezpośrednich przekazów o indywidualnym charakterze, które będą miały znacznie większy wpływ niż tradycyjna komunikacja marketingowa. Joya jest więc skutecznym i innowacyjnym narzędziem, które poprawia komunikację między sprzedawcami a klientami, pomagając klientom przy wyborze towarów. Dzięki Joya klienci mogą z kolei przekazać sprzedawcom informacje o swoich potrzebach i uwagach: zarówno z domu, za pośrednictwem Internetu, jak i z supermarketu, za pośrednictwem mikrofonu umieszczonego w Joya. Ma to niewątpliwie wpływ na zwiększenie sprzedaży i zysków.

ROZWIĄZANIE SHOPEVOLUTION

Shopevolution jest innowacyjnym i zintegrowanym rozwiązaniem firmy Datalogic do samodzielnych zakupów, z pomocą urządzenia Joya, jako ulubionego narzędzia konsumentów w sklepie. Zwiększa zadowolenie klienta, wzmacnia jego lojalność, zwiększa wartość zakupów i ich częstotliwość. Samodzielne zakupy są prostsze i szybsze, ponieważ klienci osobiście skanują kody kreskowe na towarach, które chcą kupić. Mają w związku z tym więcej czasu na wybieranie towarów, zamiast stać w kolejce do kasy. Statystyki i badania sektorowe pokazały, że nowy trend w zakupach potwierdza uznanie klientów dla innowacyjnych technologii mających na celu ograniczenie kolejek do kasy. Z systemu Shopevolution w Europie korzysta już ponad 300 sklepów.

ZAANGAŻOWANIE W TECHNOLOGIĘ

Rzeczywiste i trwale zaangażowanie potwierdzają patenty przyznane Datalogic: m.in. na projekt Joya, na samodzielne skanowanie, na wykorzystanie Joya do realizowania płatności i do wymiany informacji między Joya a przenośnymi telefonami. Datalogic Mobile przeznaczyła 15,5 miliona euro na rozwój produktów i rozwiązań dla sektora detalicznego.

[muzyka](#) [paryż 2008](#) [pieniądze](#)

[porsche](#) [portal](#) [praca](#) [promocja](#)

[rynek](#) [sport](#) [startup](#)

[volkswagen](#) [zdrowie](#) [żagle](#)

[żeglarstwo](#)

NAGRODA DLA „NAJBARDZIEJ INNOWACYJNEGO PRODUKTU 2008” FROST & SULLIVAN

Nagroda Frost & Sullivan za „Najlepsze Praktyki” jest przyznawana firmom w wielu sektorach rynku na całym świecie, w uznaniu dla ich wybitnych osiągnięć i znakomitych wyników w dziedzinach takich jak: technologiczna innowacyjność, strategiczny rozwój produktu, obsługa klienta i przywództwo.

Podjmując decyzję, którym firmom przyznać nagrodę, analitycy Frost & Sullivan porównują uczestników rynku i wyniki korzystając ze szczegółowych wywiadów i wszechstronnych analiz, których przedmiotem są inwestycje w badania i rozwój. Firmy są kolejno sprawdzane pod kątem stopnia ich innowacyjności i zadowolenia klienta, liczby nowych produktów wprowadzonych na rynek i liczby produktów udoskonalonych. Nagrody przyznawane są firmom, które rozpoznały nowe tendencje zanim te stały się standardami na rynku i które opracowały nowoczesne technologie przyczyniające się przyszłych osiągnięć. Istnieją określone kryteria ostatecznego wyboru konkurentów do nagrody na danym rynku. Zdobywca tej nagrody jest wybierany na podstawie wyników uzyskanych w jednej lub kilku z poniższych kategorii:

Znaczenie nowych produktów dla odpowiedniego sektora rynku
Konkurencyjna pozycja nowych produktów w odpowiednim sektorze rynku
Innowacyjność produktu wynikająca z przełomowych odkryć i unikalnej technologii
Udział produktu w rynku
Wartość dodana nowego produktu dla konsumenta
Liczba konkurentów oferujących podobne produkty
FROST & SULLIVAN Frost & Sullivan jest międzynarodową firmą consultingową. Ponad 800 analityków rynku stale monitoruje i analizuje rynki światowe i regionalne, rejestruje ekonomiczne i demograficzne czynniki w poszczególnych krajach. Współpracuje z najlepszymi firmami przemysłowymi na świecie, wspierając rozwój innowacyjnych strategii przez ponad 40 lat. Frost & Sullivan obsługuje ponad 1000 światowych i regionalnych firm, inwestorów, dostarczając wszechstronne przemysłowe opracowania łączące analizy rynków, technologii, ekonometrii i demografii.

Więcej informacji o Joya na stronie: www.joya.datalogic.com

Tagi: auto-id nowoczesne technologie



Poleć
znajomemu

Komentarze

Nie ma żadnego komentarza.

Dodaj komentarz

 Imię **Email** **Strona internetowa**
np. <http://www.woomer.pl> **Kod bezpieczeństwa**

Przepisz kod z obrazka

DODAJ

[Archiwum](#) | [Media & Współpraca](#) | [O nas](#) | [Polityka prywatności](#) | [Regulamin](#) | [Reklama](#) | [Stronę wykonała firma](#) | [Contact](#) | [RSS](#)

Copyright © 2008 woomer.plTM. Wszelkie prawa zastrzeżone.