

HUNDERT PROZENT SELF-SCANNING KONZEPT MIT SHOPEVOLUTION

Erkenbrechtsweiler, 20. März 2009 - Der Testmarkt „Red Market“ ist zweitausend Quadratmeter groß und bietet mehr als fünftausend Produkte. Speziell auf den Konsumenten zugeschnitten, ist der Supermarkt auch Sonntags geöffnet und garantiert dem Verbraucher niedrige Preise, schnellen Checkout und hervorragenden Service.

"Dieser neue Supermarkt entspricht den Kundenanforderungen. Sie wollen ohne Warteschleifen einkaufen und besser über Sonderangebote oder Promotions informiert werden.", sagt Luigi Frison, Marketing Manager bei Datalogic Mobile EBS.

Bei "Red Market" wird nicht nur der Einkaufsprozess vereinfacht und beschleunigt - die Preise sind niedrig und Rabatte und Promotions können ohne Kundenkarte genutzt werden.

Der Supermarkt unterscheidet sich mit diesem neuartigen Konzept von seinen Wettbewerbern in unmittelbarer Nähe. Für den Kunden bedeutet das schnelles Einkaufen ohne Umräumen der gekauften Ware auf das Band und dadurch verkürzte Wartezeiten an den Kassen.

Die Delhaize Gruppe hat bereits Erfahrung mit Self-Scanning Lösungen und setzt die Shopevolution Lösung von Datalogic bereits an über 80 POS-Plätzen ein.