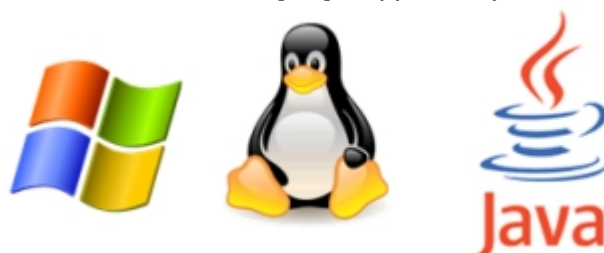


DATALOGIC ПРЕДСТАВЛЯЕТ SHOPEVOLUTION 6.0, РЕШЕНИЕ СЕЛФ-ШОППИНГ ЕЩЁ БОЛЕЕ СКОНЦЕНТРИРОВАННОЕ НА НУЖДАХ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Май, 2010 год: теперь ритейлеры во всём мире могут рассчитывать на новое решение селф-шоппинга, обеспечивающее рост доходов и снижение общей стоимости владения (ОСВ).

Новая версия решения селф-шоппинга компании Datalogic Shopevolution 6.0 обеспечивает эффективные инструменты, повышающие успех ритейлеров и возможности партнёрства:

- Имеются две модели считывателя Joya компании Datalogic, установленного в крупнейших дистрибьюторских цепях с момента его ввода на рынок 2 года назад:
 - **Модель Joya+** предназначена для более взыскательных клиентов, она оснащена мощным мультимедийным процессором, цветным сенсорным дисплеем, сменными крышками и технологией Bluetooth;
 - **Joya Base** – это модель Joya+ без сенсорного экрана и Bluetooth, этот вариант обладает очень конкурентоспособной ценой.
- Пакет приложений программного обеспечения был разработан на основе новейшей и самой скоростной архитектуры **Java** (он поддерживает не только ОС Windows, но и другие операционные системы, как например Linux, и т.д.) Такое **многоязычное** приложение полностью независимо от базы данных, оно поддерживает MySQL, Oracle и SQL Server и **легко интегрируется** с любой системой loyalty и фронт-офис.



- Архитектура модульного программного обеспечения доступна как местным, так и иностранным партнёрам (дистрибьюторам терминалов POS, независимым поставщикам программного обеспечения и фирмам по обеспечению программными средствами), желающим разработать новые рыночные характеристики. Это предоставляет

немедленную выгоду с точки зрения экономической **эффективности, персонализации и коротких сроков разработки, простоты и наличия в каждой стране.**

Компания Datalogic, таким образом, подтверждает своё лидерство и успех решения Shopevolution, установленного в более 350 супермаркетах Италии (Coop, Conad, Carrefour, Auchan, Esselunga, Lombardini, Finiper и E. Leclerc Conad), Франции (Groupe Casino, ATAC и Carrefour) и Бельгии (Delhaize Group и Carrefour).

Успех компании является доказательством того, насколько важна осведомлённость о рыночных тенденциях, хорошее знание собственных клиентов и нововведения для постоянного роста.