

LA NUEVA PÁGINA WEB DE JOYA YA ESTÁ ONLINE

Cuando han transcurrido dos años desde el lanzamiento de Joya, Datalogic Mobile EBS presenta la nueva página web www.joya.datalogic.com, totalmente dedicada al pod y a Shopevolution.

Dicha página, indexada en los motores de búsqueda más importantes, incluido google, dará más visibilidad al producto manteniendo su valor internacional. Actualmente, está traducida en 3 idiomas y a partir de 2011 estará disponible en otros 7 más.

La navegación es intuitiva gracias al gran impacto visual y a la gráfica limpia y directa. La creación, sencilla y opcional, del soporte web ha respetado la filosofía del "double click" para permitir al usuario llegar a los contenidos en poquísimos pasos. Durante la navegación las diferentes secciones se ven en todo momento para que el visitante pueda acceder a ellas sin tener que volver atrás. Todas las áreas de la página se han ampliado y reformulado: el espacio dedicado a las noticias se ha potenciado y se actualizará en tiempo real con los nuevos comunicados de prensa y los casos de éxito.

Al abrir la página aparece un vídeo que contextualiza Joya en modo sencillo e inmediato. La experiencia multimedia continúa con la exploración del producto: el usuario puede girar JOYA a 360 para ver sus características específicas.

A partir de la misma página de inicio, la estructura se ha pensado para dividir la navegación de los usuarios principalmente en dos frentes - se puede pasar de uno a otro inmediatamente - con la finalidad de ilustrar dos conceptos diferentes:

- "Shopevolution", la solución innovadora e integrada para el self-shopping con pod (Joya) y software, propuesta por Datalogic

- "Joya", el pod que se puede utilizar también con una aplicación de auto-escaneado perteneciente a otra sociedad.

Con Joya hacer la compra resulta agradable y es el modo más eficaz para aumentar la satisfacción del cliente e incrementar la fidelización, el valor de la compra y la frecuencia de las compras. Shopevolution se integra fácilmente con todos los sistemas de front office y back office de tienda y de administración, al igual que las nuevas tecnologías para la relación con el cliente (NFC®, Bluetooth®, etc.), para permitir al minorista facilitar información directamente en la pantalla de Joya durante la elección.

"La emoción de la compra con Joya representa el color de la experiencia, lo que la convierte en algo inolvidable y, sobre todo, personal; mediante las emociones un producto igual para todos se convierte en personal, cobra vida. La nueva página web transmite todo esto también en la web" ha declarado Luigi Frison, Business development & Marketing Manager de Datalogic Mobile EBS.