

## DATALOGIC FESTEGGIA 11 ANNI DI PARTNERSHIP CON CONAD CENTRO NORD SIGLANDO UN ACCORDO PER UNA IMPORTANTE FORNITURA DI POD JOYA DESTINATI AL CANALE CONAD SUPERSTORE

Bologna, 10 ottobre 2013 – Datalogic e Conad Centro Nord, uno tra i più importanti Retailer in Italia, con oltre 230 punti vendita suddivisi tra le insegne Conad Superstore, Conad, Conad City, Margherita Conad, hanno siglato una partnership per migliorare l'esperienza di acquisto nei Conad Superstore grazie all'adozione della soluzione self-shopping, con numerosi terminali Joya™ a disposizione dei clienti per una spesa innovativa, facile e veloce in tutte le nuove aperture previste per il 2013 ed il 2014.

Il rapporto tra le due aziende è consolidato da molti anni. Era il 2002 infatti, quando Datalogic divenne il fornitore unico di Conad Centro Nord con la prima installazione di terminali per il self-shopping, avvenuta presso il centro commerciale "Le Querce" di Reggio Emilia. Sulla scia del successo ottenuto, testimoniato da un incremento del 10% delle vendite e del 15% del fatturato del punto vendita, e in uno scenario di costante innovazione tecnologica, il colosso italiano della GDO ha deciso così di affidarsi nuovamente a Datalogic, scegliendo i nuovi pod Joya, in abbinamento con il middleware Shopevolution™ 6.0, per un progetto di rinnovamento a lungo termine.

Gli attuali pod Joya di Datalogic sostituiranno i terminali presenti nei punti vendita che già offrono la soluzione di self-shopping e verranno anche installati in tutti i nuovi negozi che intendono proporre lo stesso servizio.

Nell'ampio progetto di sviluppo e rinnovamento tecnologico dei nuovi pod Joya con middleware Shopevolution è incluso anche il pacchetto mass marketing, che mira ad arricchire il servizio offerto ai consumatori, garantendo un dialogo personalizzato tra retailer e acquirente. Tramite la lettura della carta fedeltà o l'inserimento della lista della spesa nel sito del retailer, Joya è in grado di ricordare le abitudini di acquisto del consumatore e proporre di volta in volta i prodotti preferiti o creare una "promotion list" delle offerte che possono maggiormente interessare. In poche parole, al cliente viene offerto solo quello che realmente vuole.

Ricordiamo che il punto vendita rimane il luogo fondamentale per il processo decisionale d'acquisto. E' qui che le strategie di marketing sono accuratamente pianificate ed implementate con scrupolo, dal digital signage al push e pull marketing, per far sì che i clienti siano invogliati, consigliati e guidati alla spesa.

Inoltre, grazie al middleware Shopevolution 6.0, Conad Centro Nord è riuscito ad attivare il servizio mobile shopping. I consumatori che posseggono uno smartphone possono infatti fare la spesa in completa libertà e scegliere di passare dal proprio device portatile al Joya in qualunque momento, senza perdere i dati della spesa in corso.

Romano Volta, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Datalogic ha così commentato:

“Siamo molto orgogliosi di aver rinnovato la collaborazione con uno dei più importanti retailer italiani, che grazie ai terminali Joya e al software Shopevolution, potrà offrire ai suoi clienti un servizio innovativo per una spesa facile e veloce, rendendo il consumatore il vero protagonista di quella che diventa un'unica esperienza di shopping interattivo. Datalogic, grazie all'ascolto continuo degli operatori della grande distribuzione e dei loro bisogni, è in grado di offrire una gamma unica di prodotti innovativi, capaci di rendere più efficienti tutte le operazioni all'interno del punto vendita, del magazzino e dei centri distribuzione”.

"La soluzione proposta da Datalogic, con Joya e Shopevolution 6.0, ci ha garantito un successo immediato presso i nostri clienti, come già avvenuto nel 2002, ed ha rafforzato un rapporto di partnership che si è protratto e sviluppato nel corso di 11 anni" ha commentato Luca Genitoni, direttore Vendite e Logistica di Conad Centro Nord. "La fiducia riposta in Datalogic, azienda italiana con forte propensione all'innovazione e capacità di capire i trend di mercato futuri, ci ha permesso di usufruire di una soluzione, il Self-Shopping, che ci è subito piaciuta e ha portato risultati immediati in termini di ritorno degli investimenti."