

DATALOGIC CONQUISTA IL PREMIO FROST & SULLIVAN PER L'INNOVAZIONE

Ottobre 2008 - In occasione della cerimonia del "2008 European Excellence in Information, Communication & Technologies Awards", svoltosi a Londra, Frost & Sullivan ha consegnato a Datalogic Mobile EBS il prestigioso premio per Joya e Shopevolution. L'evento annuale, che riconosce la qualità e il merito delle aziende che hanno avuto intuizioni geniali sull'industria, i prodotti e i servizi, ha visto l'assegnazione del premio a Datalogic in riconoscimento della sua capacità nella realizzazione di prodotti e soluzioni che ben si adattano ai dinamici bisogni dei consumatori, della sua forte offerta di prodotti, delle efficaci strategie di crescita in un mercato in perenne evoluzione e ai continui investimenti nella ricerca e nello sviluppo.

«Joya e la soluzione Shopevolution di Datalogic meritano sotto tutti i punti di vista questo premio per la loro eccezionale abilità nell'interagire con i clienti nel momento della verità, il momento dell'acquisto. Il prodotto non solo permette ai retailer di ridurre i costi e di incrementare la Customer Lifetime Value (CLV), ma anche di aumentare la fedeltà del cliente e di costituire un efficace media per la digital signage» ha dichiarato Rufus Connell, Research Director di Frost & Sullivan. «Datalogic ha realizzato una strategia globale che le ha permesso non solo di proporre un'offerta innovativa di prodotti e soluzioni per il mondo della grande distribuzione, ma anche di crescere in modo straordinario in un mercato emergente ed altamente competitivo».

Un premio importante quello ricevuto da Datalogic Mobile EBS che dimostra ancora una volta la capacità dell'azienda di eccellere nel proprio settore attraverso la proposta di una nuova gamma di prodotti e tecnologie innovative e grazie anche all'intuizione di quelle che sono le aspettative del mercato. Frost & Sullivan aggiudica, infatti, i propri riconoscimenti ad aziende che operano sul mercato ottenendo risultati importanti e performance superiori nell'ambito della leadership, dell'innovazione tecnologica, del servizio ai clienti e dello sviluppo strategico del prodotto. In questa scelta Frost & Sullivan si rivolge a tutto il mercato, sia sul piano globale sia sul piano locale, sulla base delle macro aree dell'Asia Pacifica e del Medio Oriente, Europa ed Africa, America Latina e Nord America.

«Frost & Sullivan Product Innovation Award è la diretta conseguenza del sorprendente impatto marketing di Shopevolution nel mondo della GDO» ha dichiarato Gian Paolo Fedrigo, CEO di Datalogic Mobile. «Non è un caso che questo premio giunga in concomitanza con il lancio di Joya, l'innovativo pod che permette con Shopevolution un'affascinante esperienza d'acquisto».

JOYA, IL NUOVO MODO DI VIVERE LA SPESA

Joya, il nuovo pod esclusivo di Datalogic, nasce da un diverso concetto di shopping inteso come momento di informazione e intrattenimento per un consumatore sempre più esigente e consapevole

che da oggi, attraverso questo strumento altamente interattivo, può ricevere indicazioni sulle caratteristiche dei prodotti e sui contenuti nutrizionali, conoscere offerte e promozioni, essere informato sui prezzi dei prodotti e sull'ammontare della spesa che risulta più rapida e pratica grazie all'auto-lettura del codice a barre. Il cliente può vivere un'esperienza di acquisto personalizzata, con offerte dedicate e su misura, informazioni multimediali su promozioni e sconti, con un conseguente elevato livello di soddisfazione e di coinvolgimento del consumatore. Grazie al sistema Bluetooth è inoltre possibile scaricare immagini, spot promozionali e videogiochi dalle apposite postazioni segnalate dal logo Joya e posizionate sugli scaffali, lungo le corsie del supermarket.

Ma Joya è anche un efficace strumento di Proximity Marketing. Con il nuovo pod Datalogic infatti, è possibile monitorare le abitudini dell'acquirente, le sue aspettative e il suo background commerciale rivolgendosi al cliente con una comunicazione diretta e personalizzata in grado di sortire un impatto enormemente superiore alla comunicazione tradizionale. Joya rappresenta dunque uno strumento efficace e innovativo per migliorare l'interazione del retailer con il cliente e per aiutare le sue scelte indirizzandone gli acquisti e assicurando massimi livelli di redemption. Attraverso il pod i clienti possono a loro volta comunicare le loro richieste al retailer: a casa utilizzando Internet o nel negozio con il microfono di cui è dotato Joya, facendo così evolvere il business del retailer verso risultati sempre più positivi.

IL SISTEMA SHOPEVOLUTION

Shopevolution è l'innovativa soluzione integrata per il self-shopping di Datalogic che utilizza Joya come ideale strumento in mano al consumatore e che offre vantaggi e servizi personalizzati proprio nel momento dell'acquisto all'interno del negozio, aumentando la customer satisfaction e al contempo incrementando la fidelizzazione, il valore della spesa e la frequenza allo shopping. Il Self-Shopping rende infatti l'esperienza di spesa più rapida e pratica perché permette al cliente di leggere personalmente il codice a barre presente sui prodotti che intende acquistare. Il consumatore ha quindi a disposizione sempre più tempo da trascorrere tra le corsie del supermercato, grazie anche al servizio di auto pagamento. Il trend dello shopping, secondo le statistiche e le indagini di settore, conferma l'apprezzamento da parte del consumatore dell'utilizzo di tecnologie innovative per aumentare il tempo dedicato alla 'shopping experience' e ridurre quello alla cassa. Un indirizzo su cui Datalogic ha puntato e ha investito con risultati eccellenti, radicandosi in questo mercato con una forte richiesta, in special modo in Europa, dove ShopevolutionTM viene utilizzata con successo in più di 300 punti vendita.

IMPEGNO PER LA TECNOLOGIA

Oltre alla forte offerta di prodotti innovativi e alle efficaci strategie di crescita in un mercato in continua evoluzione, a far meritare a Datalogic l'ambito riconoscimento hanno concorso gli importanti investimenti nella ricerca e nello sviluppo, parte integrante della strategia dell'azienda

che nel solo settore del commercio al dettaglio ha stanziato quasi 15.5 milioni di Euro, conquistando così una posizione di rilievo nel proprio settore. Un impegno concreto e costante testimoniato anche

dal numero di brevetti di cui Datalogic è titolare, tra i quali quello per il design di Joya, per il Self-Scanning, sull'uso di Joya per effettuare pagamenti e per lo scambio di informazioni tra Joya e i telefoni cellulari.

"2008 PRODUCT INNOVATION AWARD" DI FROST & SULLIVAN

"Frost & Sullivan Best Practices Awards" premia aziende in vari settori, a livello mondiale, per dimostrare il successo e la superiorità nelle prestazioni, nella leadership, nell'innovazione tecnologica, nel servizio al cliente e nello sviluppo strategico del prodotto.

Nella ricerca del vincitore la società confronta i partecipanti del mercato, misurandone le prestazioni con interviste approfondite, analizzandone gli investimenti in ricerca e sviluppo e stilando una classifica sulla base del grado di innovazione e soddisfazione del cliente e sul numero di nuovi prodotti lanciati e nuovi prodotti in via di sviluppo. Il premio viene così assegnato alle aziende che incoraggiano una crescita significativa nel loro settore, identificano trend emergenti anticipando quelli che diventeranno gli standard di mercato, attraverso la creazione di tecnologie avanzate che imprimono un'accelerazione verso il futuro.

Esistono inoltre norme specifiche che determinano l'individuazione dei finalisti di ciascun settore. Chi riceve questo premio ha infatti ottenuto risultati eccellenti sulla base di uno o più di questi criteri:

- Importanza di nuovi prodotti nel proprio settore
- Vantaggio concorrenziale dei nuovi prodotti nel proprio settore
- Innovazione del prodotto in termini di tecnologia unica e rivoluzionaria
- Diffusione del prodotto sul mercato
- Servizi di valore aggiunto del nuovo prodotto per i consumatori
- Numero di concorrenti che offrono prodotti simili

FROST & SULLIVAN

Frost & Sullivan è una società globale di consulenza per lo sviluppo economico di impresa. Da oltre 40 anni opera in tutto il mondo supportando lo sviluppo e l'innovazione strategica delle migliori aziende che operano nel settore industriale.

Sono oltre 800 gli analisti impiegati nell'osservazione dei mercati globali e regionali, allo scopo di identificare tecnologie emergenti e monitorare i fattori economici e demografici di ogni Paese. Questo permette di offrire ai clienti un panorama completo a livello globale.

Frost & Sullivan serve una vasta clientela fra cui le prime 1000 società a livello globale, aziende emergenti e investitori. Fornisce una copertura totale dell'industria con una straordinaria prospettiva globale abbinando analisi di mercato, tecnologiche, econometriche e demografiche.

Per ulteriori informazioni e approfondimenti: www.joya.datalogic.com

