

Die Self-Shopping Lösung von Datalogic fördert Umsatz und Kundenzufriedenheit bei Conad Centro Nord

Mit über 230 Super-, Hyper- und Minimärkten gehört Conad Centro Nord zu den wichtigsten Einzelhändlern in Italien. Einer der Supermärkte befindet sich im Le Querce Shopping Center, in der Region Emilia Romagna. Dank des strategisch günstigen Standortes und einem breiten Produktsortiment zieht dieser Supermarkt eine große Zahl an Kunden an.

Der Hintergrund

Mit über 230 Super-, Hyper- und Minimärkten gehört Conad Centro Nord zu den wichtigsten Einzelhändlern in Italien. Einer der Supermärkte befindet sich im Le Querce Shopping Center, in der Region Emilia Romagna. Dank des strategisch günstigen Standortes und einem breiten Produktsortiment zieht dieser Supermarkt eine große Zahl an Kunden an.

Die Herausforderung

Aufgrund des hohen Kundenaufkommens muss sich der Supermarkt einer Herausforderung stellen, wie man sie häufig im Einzelhandel findet. Zu Stoßzeiten, wie etwa der Mittwochnachmittag oder der Samstag, bilden sich lange Warteschlangen an den Kassen. Da bei Conad ein herausragender Kundenservice an erster Stelle steht, wollte das Unternehmen eine Lösung, die nicht nur die Warteschlangen verkürzt, sondern auch ganzheitlich das Einkaufserlebnis neu gestaltet und weiter entwickelt.

Die Lösung

Conad Centro Nord entschied sich für eine innovative Lösung, die sowohl den Anforderungen eines Supermarktes gerecht wird, als auch den Nutzen für den Kunden erhöht. Auf Wunsch von Conad Centro Nord implementierte Datalogic seine Self-Shopping Lösung, zusammen mit dem Joya™ Pod.

Um die Joya Pods benutzen zu können, müssen sich die Kunden mit ihrer Treuekarte registrieren. Nach einer erfolgreichen Registrierung nimmt sich der Kunde am Eingang des Supermarktes einen der dort bereitgestellten Pods, scannt die gewünschten Artikel, legt diese in den Warenkorb und kann dann direkt zur Kasse gehen. Die Wartezeit dort wird auf ein Minimum reduziert, da die Artikel nicht wie üblich aus dem Wagen, auf das Förderband gelegt, eingescannt und in die Einkaufstaschen gepackt werden müssen. Der Kunde zeigt dem Kassierer lediglich seinen Joya Pod und zahlt den Betrag, der auf dem Display angezeigt wird.

Das Ergebnis

In nur wenigen Monaten nachdem dieses System implementiert wurde, stiegen die Verkaufszahlen um 15%, wobei immer mehr Kunden sich für die Self-Shopping Lösung von Datalogic entschieden. Den Kunden gefiel diese neue Lösung, die ihnen ein unkompliziertes und effizientes Einkaufen ermöglichte.

Darüber hinaus beseitigte die Lösung böse Überraschungen an den Kassen. Davor geschah es häufig, dass die Artikel aufgrund von falsch angebrachten oder entfernten Preisetiketten andere Preise aufwiesen. Daraufhin musste zunächst eine Preisüberprüfung stattfinden, was wiederum zu verlängerten Wartezeiten und zu Unzufriedenheit beim Kunden führte. Der Joya Pod jedoch zeigt stets

zuverlässig den korrekten Preis des gekauften Produktes an.

Dank der erfolgreichen Implementierung und der äußerst positiven Resonanz auf diese Lösung, entschied sich Conad Centro Nord für einen flächendeckenden Einsatz der Self-Shopping Terminals und schloss mit Datalogic einen langjährigen Vertrag.

“Der Joya von Datalogic, kombiniert mit der Middleware-Lösung Shopevolution™ 6.0, sorgte für unmittelbaren Erfolg. Mehr noch, dieses Projekt verstärkte unsere mittlerweile 11-Jahre lange Beziehung mit Datalogic“, sagt Luca Genitoni, Sales und Logistik Manager bei Conad Centro Nord. „Das italienische Unternehmen Datalogic, das sich ganz besonders durch seine Innovationen auszeichnet und es versteht, zukünftige Trends aufzuspüren, gab uns die Chance eine Self-Shopping Lösung einzusetzen, die von unseren Kunden sofort mit Begeisterung aufgenommen wurde und nach sehr kurzer Zeit für eine erhöhte Rentabilität sorgte“.

Kunde: Conad Centro Nord

Branche: Einzelhandel

Subbranche: Supermarkt

Anwendung: Self-shopping

Land: Italien

Datalogic Produkte: Joya und Shopevolution 6.0