

CHECKOUT, CHI FA DA SÉ...

LA NECESSITÀ DI DISTANZIAMENTO
FA SENTIRE I SUOI EFFETTI ANCHE
ALLA BARRIERA CASSE.
DOVE CRESCE LA RICHIESTA DI
ADOTTARE SOLUZIONI DI PAGAMENTO
AUTOMATICHE, CHE NON PREVEDONO
L'INTERAZIONE CON IL PERSONALE

 Luisa Chiesa



"Gli **utenti di ogni età** desiderano completare la loro spesa **in piena autonomia**"

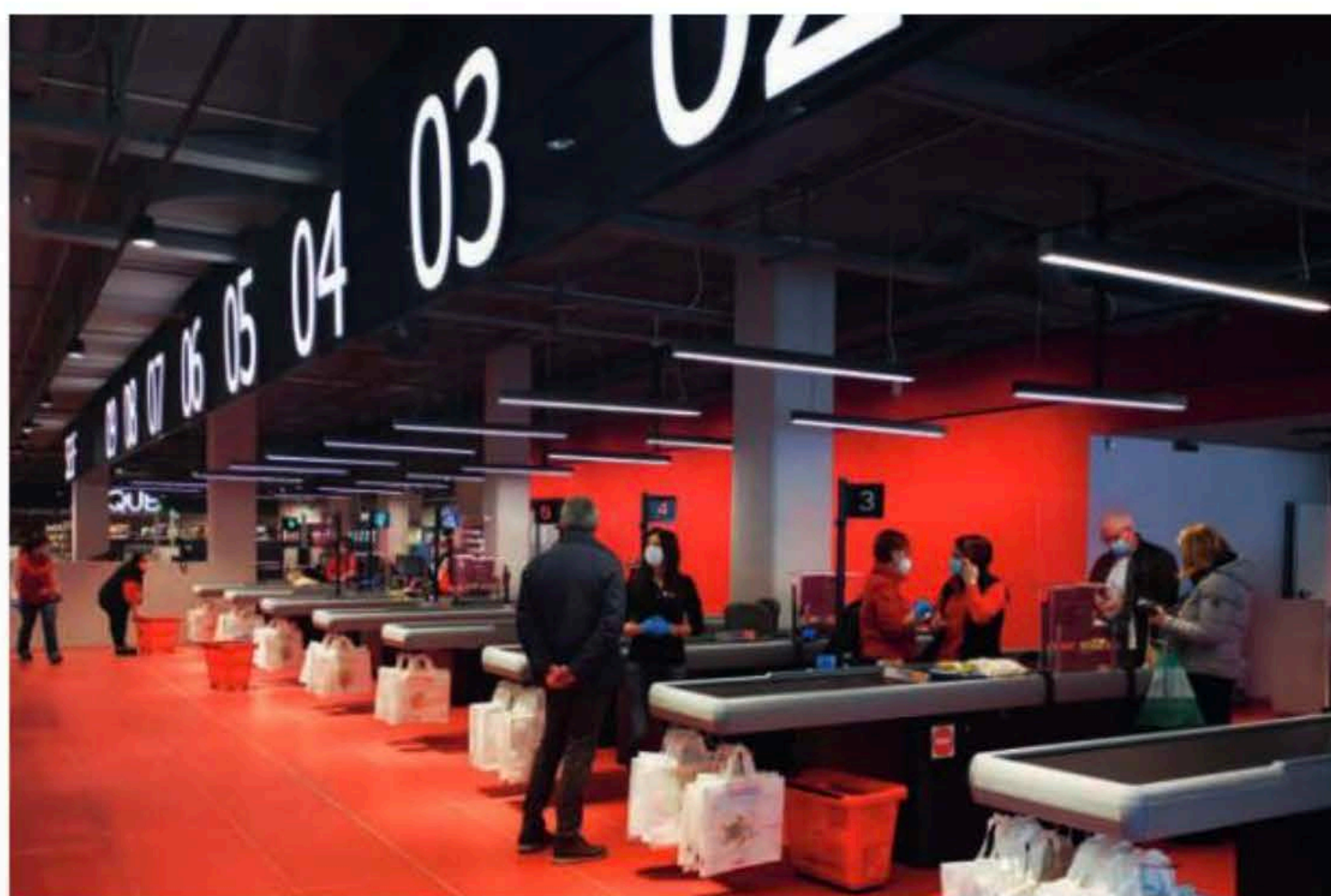
Claudio Garbini
Ceo System Retail

IN BREVE

- La fase finale del processo d'acquisto è la più critica e la meno gratificante per il consumatore, ma la tecnologia può contribuire a renderla più fluida
- La pandemia ha rafforzato esigenze preesistenti, rendendo per esempio ancora più interessanti i sistemi di acquisizione diretta del denaro ed erogazione corretta del resto

La pandemia da Covid-19 ha spinto il retail a un'evoluzione dello store tradizionale verso una maggiore interazione tra online e offline, tra piattaforme digital e negozio fisico. Con l'emergenza sanitaria l'esperienza d'acquisto del consumatore cambia e si ricercano nuove forme di shopping. Per esempio, è **incrementata la richiesta di dispositivi di self-scanning da parte dei retailer** e si è **reso necessario l'inserimento di più casse automatiche**. Inoltre, in diversi punti vendita, generalmente di grandi dimensioni, **sono state introdotte per la prima volta soluzioni di click & collect disponendo in specifiche zone del supermercato cash kiosk, locker, corsie riservate e spazi adibiti al 'drive in'** in cui gli utenti possono ritirare la spesa senza scendere dall'auto. Il pubblico sembra aver abbracciato il cambiamento, adattandosi con facilità alle nuove dinamiche proposte.

"I clienti già da tempo erano alla ricerca di una nuova autonomia, data oggi da strumenti e tecnologie digitali di facile utilizzo – spiega **Claudio Garbini, Ceo di System Retail**, azienda che si occupa di sviluppo e integrazione di soluzioni software, hardware e applicazioni mobile per la Gdo –. **In particolar modo nei negozi di prossimità, è nata una vera empatia tra tecnologia e consumatore**: gli utenti di ogni età desiderano completare la loro spesa in piena autonomia, dal momento dedicato alla scelta dei prodotti sugli scaffali alla fase di checkout con l'impiego di cash kiosk sviluppati per il b2c".



La barriera casse di un punto vendita con sistema a fila unica

Alle parole di Garbini fa eco **Alessandro Mastropasqua, Head of Corporate Marketing & Press Communication di Custom Group**, di cui System Retail fa parte: "Offrire una tecnologia a supporto del retailer e del consumatore è l'obiettivo che da sempre perseguiamo. Custom assieme a System Retail offre le soluzioni necessarie per favorire l'incontro tra sistemi front-end e piattaforme e-commerce, tra fisico e digital".

LA TECNOLOGIA SEMPLIFICA L'ESPERIENZA D'ACQUISTO

Sinergia tra online e offline, integrazione tra settori differenti quali retail, hi-tech e industria 4.0, **evoluzione di soluzioni innovative per il social distancing e per la digital trasformation dello store**: questi i punti cardine che stanno alla base delle tecnologie offerte da Custom Group e System Retail. Core business della partnership tra le due aziende è la realizzazione di sistemi customizzati, che vedono l'introduzione nei punti vendita di casse automatiche, locker, punti adibiti al click & collect e al drive in. Custom Group e System Retail risolvono richieste e problematiche legate alla quotidianità: dalle necessità di distanziamento sociale, all'implementazione di sistemi che incentivano la fluidità del processo d'acquisto; dall'ottimizzazione delle barriere di cassa, all'incremento nella produttività dello store in generale, con una maggiore emissione di scontrini per singola cassa.

"Grazie allo sviluppo di una shopping experience più smart, sicura e scorrevole – afferma Mastropasqua – aumenta considerevolmente il grado di soddisfazione del consumatore, il quale nella tecnologia trova un supporto per migliorare e velocizzare i momenti dedicati alla spesa".

L'evoluzione del settore retail, secondo Claudio Garbini, porterà a due importanti strade: "Nel tessuto metropolitano, si amplierà l'impiego di soluzioni click & collect e si introdurranno vere e proprie boutique alimentari con aree dedicate alla degustazione e all'esposizione di eccellenze enogastronomiche. In zone più rurali, invece, gli store proporranno un'offerta sempre più specializzata e una maggiore integrazione tra diversi canali di vendita".

Se il mondo del retail, nella fase pre-Covid-19, puntava sulla caratterizzazione del punto vendita volta a soddisfare e fidelizzare il proprio pubblico di consumatori, ora la situazione è cambiata, in particolar



"Una **shopping experience** più sicura e scorrevole aumenta il grado di **soddisfazione del consumatore**"

Alessandro Mastropasqua
Head of Corporate Marketing & Press Communication
Custom Group



Un Cash Tender Module di Gamba Bruno

modo per aspetti quali la sicurezza e le pratiche di distanziamento sociale all'interno dello store. "Oggi, per evitare spiacevoli occasioni di assembramento nei supermercati – spiega ancora Mastropasqua – noi, in quanto operatori del settore, abbiamo dovuto trovare soluzioni rapide ed efficaci, che permettano l'automatizzazione dell'esperienza d'acquisto, rendendo così il processo più safe e scorrevole. **Automatizzare la spesa è un'idea che non si limiterà alla situazione emergenziale attuale, ma che accompagnerà la grande, media e piccola distribuzione organizzata nella fase post-Covid-19**".

La necessità di ottimizzare il momento dell'acquisto attraverso soluzioni tecnologiche innovative è un sentire comune per gli operatori del settore.

CONTANTI O POS, IL MIGLIOR CASSIERE È IL CLIENTE

Sveltire il tempo di permanenza nel punto vendita, velocizzando le operazioni di checkout: se il momento del pagamento da sempre rappresenta una criticità per il retail, l'emergenza sanitaria legata alla pandemia ha reso di grande attualità il tema. "In questo periodo di emergenza sanitaria – afferma **Roberto Madaschi, Direttore Commerciale di Gamba Bruno**, società specializzata in soluzioni tecnologiche per il retail e la distribuzione organizzata – è emersa la necessità di dotarsi di soluzioni che permettano di ridurre gli assembramenti, garantendo il distanziamento tra clienti soprattutto quando attendono in coda al termine della spesa. **Le nostre soluzioni di self-checkout integrate permettono di ottimizzare il momento dell'acquisto**, regolando l'afflusso nei locali, riducendo i contatti tra la clientela e lo staff e velocizzando la fase del pagamento. Tutto questo migliora l'esperienza e garantisce una maggiore sicurezza".

Diverse sono le proposte per il retail offerte dalla società bergamasca, a partire dal **Cash Tender Module (Ctm)**, **soluzione automatizzata all'interno di un punto cassa tradizionale che permette al consumatore di effettuare da sé il pagamento**. Il sistema elimina la necessità di gestire o toccare il denaro da parte del cassiere, azzerando i rischi di errore, incrementando la sicurezza e riducendo i tempi di pagamento e conta del denaro.

La tecnologia che supporta i Ctm si adatta agli spazi del negozio e può funzionare sia nelle corsie self-checkout e self-scanning, sia nelle casse tradizionali.