

L'importanza dell'Etichettatura alla fonte per rispondere alle sfide del Retail: ottimizzare i costi, ridurre le perdite e aumentare le vendite.

Prendere dei provvedimenti per ridurre la percentuale delle differenze inventariali influisce positivamente sul rendimento dell'attività e facilitare i processi di acquisto dei consumatori attraverso il libero servizio comporta un aumento delle vendite. Da qui l'importanza di proteggere i prodotti in modo sicuro e favorire allo stesso tempo una migliore esposizione all'interno del punto vendita.

Salvador Cañones,

Country Manager di Checkpoint Systems per l'Italia

Il punto vendita sta diventando ogni giorno di più un luogo di interazione emozionale con il cliente, che può beneficiare della propria esperienza di acquisto grazie a soluzioni di sicurezza che consentono un'esposizione più libera dei prodotti. Per il cliente è fondamentale il contatto diretto con il prodotto: vedere, toccare, sentire, percepire l'articolo sono condizioni necessarie che ne determinano l'acquisto. Ai consumatori piace maneggiare e provare gli articoli prima di comprarli. Uno degli incentivi per l'acquisto consiste, infatti, nel poter accedere liberamente al prodotto prima di comprarlo.

Migliorare la customer experience

L'etichettatura alla fonte, consiste nell'applicazione di etichette antitaccheggio direttamente in fase di produzione o di confezionamento dei prodotti, ed è di importanza fondamentale per favorire e migliorare la customer experience.

È un sistema che si sta diffondendo velocemente e che la distribuzione vorrebbe standardizzare con l'obiettivo di proteggere un numero sempre maggiore di referenze, in

Checkpoint 

Your Shrink Management Partner

quanto questa soluzione rappresenta un valore aggiunto sia per il prodotto, che può essere esposto liberamente sugli scaffali, sia per il retail, che può incrementare le vendite riducendo al tempo stesso l'impatto delle differenze inventariali.

Il progetto dell'etichettatura alla fonte è riconosciuto poiché migliora l'efficienza del business lungo tutta la filiera e produce un risparmio grazie alla riduzione degli ammanchi.

Si favorisce la vendita dei prodotti esposti liberamente senza compromettere il livello di sicurezza e ciò comporta un chiaro aumento delle vendite.

Le etichette sono ben celate e integrate e quindi a prova di taccheggio.

L'etichettatura alla fonte rappresenta quindi una vera rivoluzione nei modelli di commercio in quanto consente la commercializzazione dei prodotti in un modo più allettante, potenzia le vendite e mette fine all'esposizione degli articoli sotto chiave. Oltre a disfarsi delle ingombranti cassette di sicurezza, i retailer riducono inoltre la perdita di spazio nelle aree espositive e ottimizzano la gestione del personale che può realmente occuparsi delle vendite.

Tra le tipologie di prodotto per cui l'utilizzo di questo sistema è prioritario ci sono i profumi, gli alcolici, i cosmetici, i DVD/CD, l'elettronica di consumo, gli abiti e gli accessori di marca oltre a molte referenze del food.

In generale, tutti gli articoli per i quali la libera esposizione sullo scaffale è fondamentale ai fini della scelta d'acquisto possono beneficiare dei vantaggi che l'etichettatura alla fonte offre.

Nuove tendenze

Il miglioramento dell'efficienza ha degli effetti positivi anche sui produttori poiché, nonostante i prodotti siano più protetti, viene favorita una maggior visibilità che comporta l'eliminazione di involucri e contenitori ingombranti. Di conseguenza la presentazione dei prodotti è senza dubbio più accattivante.

Checkpoint 

Your Shrink Management Partner

Le nuove tendenze nella gestione delle differenze inventariali nella distribuzione tendono a combinare in misura sempre maggiore la prevenzione dei furti con la promozione del prodotto.

L'etichettatura alla fonte è fondamentale per coniugare questi due fattori, indispensabili per rendere un'attività più redditizia. L'impatto di questo sistema di etichettatura sull'immagine dell'articolo è, infatti, nullo e consente di collocare i prodotti protetti in posizione privilegiata sugli espositori offrendo maggior risalto alle tecniche di merchandising.

Puntando sull'etichettatura alla fonte inoltre, il retailer è in grado di ottimizzare le attività del personale nel punto vendita. Con questa soluzione, infatti, si riducono o addirittura eliminano i costi di lavoro associati all'etichettatura manuale in quanto gli articoli raggiungono il negozio già protetti e pronti per essere esposti senza necessità di ulteriori manipolazioni.

Il miglioramento e l'ottimizzazione dell'efficienza delle operazioni all'interno del punto vendita è quindi evidente: riduzione dei costi, dei tempi e miglioramento del servizio ai clienti.

A supporto di quanto detto, possiamo osservare come la maggior parte dei retailer che oggi utilizzano l'etichettatura alla fonte RF hanno, infatti, registrato un aumento dei profitti fino al 25%.

Grazie alla sua semplice integrazione nei processi di produzione e alla rapidità di disattivazione nel punto vendita, l'etichettatura alla fonte apporta quindi un concreto valore aggiunto ai prodotti e rappresenta una vera e propria rivoluzione per il settore e per i nuovi modelli di commercio.

The logo for Checkpoint, featuring the word "Checkpoint" in a bold, red, sans-serif font, followed by a small square icon containing a white diagonal line on a dark background.

Your Shrink Management Partner