



Kentron recurre al etiquetado en origen



Massimo Viale
Director general
de Kentron.

Las ventas de las memorias flash de **Kentron** han aumentado tanto en los últimos cinco años que la empresa ha decidido hacer de ellas su actividad principal. Kentron pertenece a la italiana GIVI Distribuzione S.p.A, una distribuidora mayorista de artículos electrónicos y teléfonos móviles fundada en 1993.

La empresa fabrica una completa gama de memorias flash para todo tipo de dispositivos digitales, entre otros, cámaras fotográficas, teléfonos móviles, reproductores de MP3, sistemas de navegación por satélite y PDA, así como memorias USB de varios tamaños y capacidades. Kentron acaba de lanzar al mercado sus nuevas tarjetas de memoria con contenidos multimedia integrados. Las tarjetas están preparadas para cargarse en teléfonos móviles de nueva generación. Esta nueva y fascinante gama de productos de Kentron contiene diccionarios, guías turísticas y un amplio abanico de juegos desarrollados en colaboración con la empresa líder internacional Gameloft.

Después de buscar un sistema eficaz de gestión de la pérdida desconocida de este producto, Kentron ha recurrido al etiquetado en origen. Check-Net, la plataforma internacional de Checkpoint, suministrará a Kentron sus nuevas etiquetas de rendimiento mejorado (EP). Las

etiquetas EP son pequeñas, discretas y más eficaces que nunca.

Hemos preguntado a **Massimo Viale**, director general de Kentron, por el etiquetado en origen y las etiquetas de rendimiento mejorado.

¿Qué buscaba cuando optó por el etiquetado en origen como medio de protección de sus productos?

El etiquetado en origen constituye un valor añadido. En el ámbito de la distribución a gran escala, la competencia es feroz, y el etiquetado en origen nos permite destacar notablemente. No sólo protege los productos, sino que también permite exponerlos libremente y de manera atractiva. El etiquetado en origen supone la integración de la etiqueta antihurto (EAS) en el embalaje, de modo que el producto puede exponerse en lugares accesibles sin ningún riesgo de hurto. La mayor accesibilidad de los artículos permite poner en práctica estrategias de venta cruzada satisfactorias e incrementar las ventas.

Estamos convencidos de que esta nueva tecnología puede reducir sustancialmente la pérdida desconocida y creemos firmemente que sus soluciones EAS de gran calidad hacen de Checkpoint un socio ideal.

¿Qué espera del etiquetado en origen?

El etiquetado en origen cada vez tiene más éxito y va adquiriendo más fama de ser un sistema de prevención de pérdidas excelente. Las soluciones de etiquetado por radiofrecuencia (RF) en origen se están convirtiendo en algo habitual en el ámbito de la distribución a gran escala en general, y muchos sectores están a punto de adoptarlas.

Nuestro objetivo es combinar la prevención del hurto y la promoción de los artículos. La posibilidad de exhibir libremente los productos para que los clientes puedan acceder a ellos sin problemas constituye un valor añadido. Todos sabemos que la posibilidad de tocar el producto antes de comprarlo es uno de los mayores alicientes que se le pueden ofrecer a un cliente potencial. Por eso las etiquetas EP de Checkpoint son la solución definitiva para este tipo de productos. No sólo son mucho más pequeñas y estrechas que las etiquetas tradicionales, sino que brindan mayor





protección. Además, se trata de una solución que alivia la carga de trabajo de los empleados del punto de venta, pues los minoristas pueden confiar en que las etiquetas reducirán sustancialmente las pérdidas. Las etiquetas pueden utilizarse en un amplio abanico de artículos y resultan idóneas para nuestra gama de productos electrónicos, ya que, si no fuera por ellas, tendrían que estar expuestos en una vitrina cerrada con llave.

Los ladrones cambian de tácticas y las mejoran continuamente. ¿Puede el etiquetado en origen evitar que se salgan con la suya?

Es un asunto muy complicado, pero, en mi opinión, el etiquetado en origen constituye un gran paso adelante, sobre todo porque las etiquetas forman parte del embalaje. La prueba son los resultados. Muchos minoristas que han empezado a utilizar el etiquetado en origen acaban de anunciar importantes incrementos de los ingresos.

Sus productos se consideran artículos con alto riesgo de hurto. ¿Qué valor añadido le permite ofrecer a sus clientes la solución de etiquetado en origen de Checkpoint?

Es un momento decisivo para impulsar las ventas y evitar las pérdidas, especialmente dada la dramática crisis financiera mundial actual. Las

“ El etiquetado en origen no sólo protege los productos, sino que también permite exponerlos libremente y de manera atractiva en la superficie de venta. ”

ventas de los productos etiquetados en origen pueden incrementarse precisamente porque esos artículos pueden exhibirse libremente. El cliente puede tocarlos y examinarlos detenidamente, de modo que las compras resultan más agradables y tranquilizadoras. Es así de simple: si el producto se encuentra en un lugar accesible, las ventas aumentarán.

Nuestro embalaje patentado, Kentron Blinder, nos ha permitido aplicar esa máxima al ámbito de la microelectrónica. El trabajo de investigación que emprendimos hace dos años para lograr exhibir libremente más productos se ha materializado en el desarrollo y la fabricación de este embalaje innovador. Siempre que se ha probado en una gran superficie de venta, las ventas han aumentado; así pues, nuestro embalaje realmente aporta un valor añadido, y ahora las etiquetas EAS de Checkpoint se integran directamente en él■