

TESCO

extra

La scansione self-service, elemento chiave per fidelizzare i clienti nei supermercati Tesco

"Ai nostri clienti la scansione durante l'acquisto piace moltissimo. Risponde davvero a tante esigenze: permette di modulare la spesa via via che si acquista e riduce i pesi da sollevare e da imbustare alla cassa, ed è un modo divertente per distrarre i bambini"

Chris Phillips

Responsabile Service Productivity di Tesco

Background

Fra le grandi catene di supermercati, Tesco è stata una delle prime a introdurre le casse self-service nel Regno Unito, allo scopo di migliorare il servizio, ridurre le code e guadagnare in efficienza.

Le casse self-service sono state un grande successo: circa il 40% dei 30 milioni di clienti che frequentano ogni settimana i supermercati Tesco le usa quotidianamente. A sceglierle sono per lo più i clienti che acquistano un numero limitato di articoli.

Sulla scorta di un'accoglienza così positiva, Tesco ha iniziato a valutare l'introduzione della tecnologia PSS (Personal Self-Scanning) come logica evoluzione, allo scopo di migliorare l'esperienza d'acquisto in generale.

SAYS (Scan as you Shop) - La soluzione di scansione self-service

Tesco ha presentato ai clienti questo concetto di acquisto innovativo nel gennaio 2010, con l'obiettivo di rendere più piacevole il compito di fare la spesa. Inizialmente la soluzione è stata sperimentata in 5 supermercati pilota per valutare la reazione della clientela e verificare che i rischi di taccheggio fossero adeguatamente compresi e controllati.

All'ingresso nel punto vendita, i clienti si identificano con la Tesco Clubcard e prelevano uno scanner dall'apposita rastrelliera. Prima di introdurre i prodotti nel carrello, li passano sotto il lettore palmare che ne registra i codici a barre. Una volta completati gli acquisti, i clienti si recano alle apposite casse self-service per il pagamento.

Con questa nuova modalità di acquisto proposta da Tesco, la spesa si fa con più calma. Non occorre più posare i prodotti sul banco della cassa e imbustarli nuovamente dopo averli pagati. Il pagamento ora diventa comodo e velocissimo: mentre si fa la spesa, si passano via via gli articoli sotto il lettore e si inseriscono nei sacchetti. E alla cassa non resta che pagare, con un notevole risparmio di tempo e di stress.



Dimensioni del carrello (valore)



Dimensioni del carrello (numero di articoli)

In più, così si evitano le lunghe attese in coda! Lo scanner palmare aiuta i clienti a regolarsi in base al budget a loro disposizione perché mostra continuamente il totale degli articoli messi nel carrello, comprese le promozioni e gli sconti. La scansione self-service, poi, è anche un ottimo sistema per distrarre i più piccoli.

Grazie al successo riscosso e alle reazioni positive dei clienti, Tesco ha deciso di implementare la tecnologia di scansione self-service in oltre 300 punti vendita in varie parti del Regno Unito. La soluzione abbina la tecnologia My-Scan di Re-Vision e il computer mobile per punti vendita MC17T di Zebra.

A guide to simple scanning

1 Scan your Clubcard to release the handheld scanner and start shopping

2 Scan and pack your items as you go

3 Pay at the Sca Shop payment



Sally Marriott, responsabile IT Retail Development di Tesco, spiega perché si è scelto di adottare proprio questa soluzione:

"La decisione di procedere con Re-Vision e Zebra è stata presa dopo avere svolto ricerche approfondite. Il valore che queste due aziende portano al progetto risiede nella capacità di implementazione di soluzioni di shopping assistito, in una soluzione di tipo aziendale scalabile e nella loro esperienza nel settore della grande distribuzione. Questi elementi, uniti a una stretta collaborazione, hanno reso il progetto estremamente lineare e siamo certi che continueremo a collaborare con profitto".

Alcuni clienti hanno espresso dei timori nei confronti dell'uso del sistema perché non capiscono come funziona. Per ovviare all'inconveniente, Tesco ha addestrato il personale affinché avvicini i clienti sul punto vendita e illustri ad essi il funzionamento dei lettori.

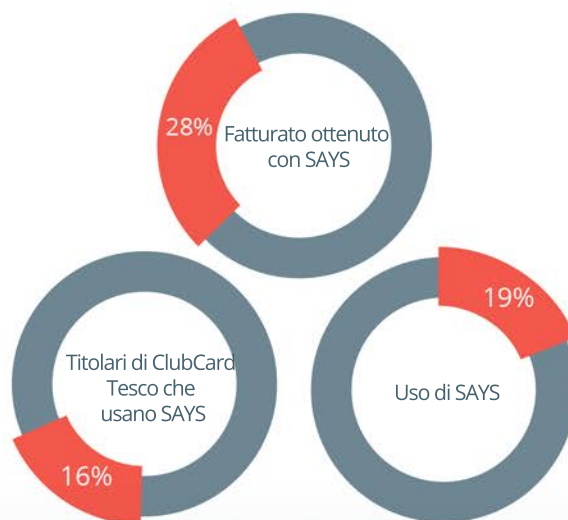
In futuro

Michel Haagmans, amministratore delegato di RE-Vision, osserva: "Al giorno d'oggi, il mercato retail è sempre più dominato dalla multicanalità. Sempre più consumatori cambiano i comportamenti d'acquisto passando alla modalità online, e questo spinge i retailer a tentare di integrare l'esperienza d'acquisto fisica nei punti vendita con soluzioni di e-commerce, per offrire ai clienti il miglior servizio possibile. Una delle maggiori difficoltà, qui, è garantire una comunicazione ininterrotta e un'esperienza d'uso simile in tutti i canali. Per rendere meno netti i confini tra l'esperienza d'acquisto fisica e quella digitale, Re-Vision offre una piattaforma che garantisce una solida integrazione tecnica tra le varie opportunità di interazione con i clienti che i retailer hanno a disposizione".

Risultati

Attualmente, la scansione durante l'acquisto è utilizzata da oltre 700.000 clienti in circa 300 punti vendita. Il servizio è apprezzato perché favorisce la fidelizzazione: secondo le analisi, il miglioramento dell'esperienza d'acquisto aumenta la fedeltà dei clienti nei confronti di Tesco. Interrogati sui motivi che li portano a preferire la scansione durante l'acquisto, i clienti hanno risposto che così fare la spesa diventa più semplice e veloce ed è possibile controllare meglio quello che si acquista al supermercato. Hanno inoltre riconosciuto che la scansione self-service è più comoda e veloce degli altri tipi di pagamento alla cassa. L'aumento della fedeltà e della frequenza delle visite è dimostrato dall'incremento delle vendite osservato in tutti i supermercati dove è stata implementata la scansione durante l'acquisto.

Oltre la metà di coloro che usano questo sistema sono clienti di fascia alta, che acquistano grandi quantità di prodotti spendendo quasi il doppio rispetto alla media dei clienti che passano per le casse tradizionali.



Risultati dei migliori punti vendita

REVISION
RETAIL WITH A VISION

Informazioni su Re-Vision

Con oltre 10 anni di esperienza nel retail, Re-Vision è l'azienda leader nel mondo per le soluzioni mobili di scansione self-service, di cui detiene la più vasta quota di mercato con oltre 110.000 terminali palmari in funzione quotidianamente presso i clienti. Con aziende come Carrefour, Tesco e Coop fra i nostri clienti, vantiamo un'esperienza ormai consolidata nel garantire valore aziendale ai colossi della grande distribuzione. Dopo avere valutato le loro esigenze, Re-Vision ha lanciato la nuova piattaforma omnichannel per consentire l'interazione con i clienti attraverso più punti di contatto: scanner palmari, smartphone, tablet e computer portatili.

Contattaci

P.O Box 87022
1080 JA Amsterdam
Paesi Bassi

Email: info@re-vision.nl
Tel.: 31 (0)20-7709001
Fax: 31 (0)20-7786519

www.re-vision.nl