

Addio carta, dal menu al listino prezzi la soluzione si fa digitale



AGILITÀ, TEMPISTICHE CERTE E CONTENUTI PIÙ EFFICACI: COSÌ GAMBA HA RINNOVATO LA COMUNICAZIONE IN-STORE DI KFC GRAZIE AGLI SCHERMI SENZA BORDO DI NEC DISPLAY SOLUTIONS

Se il negozio fisico si fa sempre più digitale, anche la cara e vecchia comunicazione va a ruota. Lo sanno bene quello di Kentucky Fried Chicken che si sono affidati a Gamba Bruno per rinnovare la propria strumentazione visuale. Sul mercato da

agile e preciso alle diverse esigenze di comunicazione e marketing all'interno degli store della catena. «Utilizzando Vital Cast, uno dei moduli della piattaforma Aloha riusciamo a gestire, in modo centralizzato, i contenuti grafici e digitali che vengono visualizzati all'interno dei ristoranti. In sostanza, questa applicazione permette di definire un palinsesto che scandisce il go live di diversi contenuti su differenti dispositivi video. Ciò permette di ridurre notevolmente i costi di gestione perché si possono definire a monte le varie strategie di comunicazione», afferma Massimiliano Ronchi, responsabile tecnico business unit hospitality di Gamba Bruno. Tramite una consolle, infatti, la soluzione di NCR ci permette di creare il palinsesto, si occupa del trasferimento dei contenuti digitali, anche di dimensioni molto elevate, dal cloud a tutti i ristoranti e garantisce che l'informazione venga veicolata attraverso il giusto dispositivo. Il tutto rispettando al secondo il time to market definito dall'azienda cliente al fine di massimizzare i risultati di una promozione o la gestione dei prodotti dell'inventario. A rafforzare il risultato, l'aspetto estetico della soluzione adottata. Essendo caratterizzati da un bordo minimale intorno all'area di visualizzazione, i monitor NEC possono essere composti uno con l'altro per dare l'impressione di un unico grande schermo. «Solitamente, questo tipo di soluzione viene installata "a veletta" sopra la cassa permettendo una visuale chiara del messaggio al cliente in fila o di fronte alla cassa – precisa Ronchi – Ma i monitor possono anche essere installati nell'area delle sedute per accompagnare il momento del consumo con immagini e video corporate. Oppure di fianco alla cassa, in verticale, al posto del classico listino prezzi di carta». Opzioni che possono risultare una fonte di risparmio per l'azienda: da un lato, non deve farsi carico dei costi di stampa e distribuzione del materiale; dall'altro, può aggiornare in modo automatico i differenti prezzi grazie all'integrazione fra l'infrastruttura informatica di Aloha e il punto cassa che garantisce un risparmio di tempo. «Quello che cercavamo era la possibilità di realizzare una comunicazione in linea con le specifiche necessità del giorno, quindi avere la capacità di veicolare la cosa giusta nel momento giusto. Grazie a Gamba Bruno ce l'abbiamo fatta», fanno sapere da KFC. Efficacia che fa rima con efficienza: «La qualità dei monitor NEC, assieme alla rapidità di installazione proposta da Gamba ha fatto poi la differenza in termini di affidabilità e qualità dell'immagine».

Due le linee di prodotto NEC Display utilizzate da Gamba Bruno per le installazioni nei punti vendita KFC: V323 e X464. Il primo combina un design snello, grazie a un display LED 32 pollici LCD professionale retroilluminato, con risoluzione Full HD e slot di espansione OPS. La linea X464, invece, ha un display LED 46 pollici e garantisce tutte le funzionalità della V323. Entrambe sono caratterizzate da una cornice extra-fine che permette la composizione di più display in un unico schermo.

oltre 60 anni, Gamba Bruno offre servizi e soluzioni ITC end-to-end in partnership con le più importanti multinazionali che operano in Italia. Fra queste, c'è NCR, proprietario della piattaforma Aloha: «Questa soluzione copre tutti i processi della ristorazione: dalla parte di ciclo passivo alla parte di acquisizione delle comande, passando poi alla fase produttiva fino alla consegna e il pagamento. La piattaforma, inoltre, supporta diverse soluzioni di terze parti al fine di arricchire e personalizzare il processo ristorativo del cliente: modalità mobile di acquisizione dell'ordine, gestione di drive through e kiosk, interazione con il digital signage, ecc.», spiega Alfredo Fabbri, direttore generale di Gamba Bruno. Più in particolare, KFC era alla ricerca di una soluzione che potesse rispondere in modo