

Lo Scan & Go si diffonde grazie alla ricerca di modalità di acquisto più sicure e contactless da parte dei consumatori

Secondo una nuova ricerca di Scandit più della metà dei retailer europei (58,7%) offre già, o sta lavorando per implementare, opzioni di self-scanning quali lo Scan & Go per i consumatori che fanno acquisti in negozio (37,9% e 20,8% rispettivamente). Inoltre, la maggior parte dei retailer (68,1%) ritiene che la disponibilità dello Scan & Go stia dando ai clienti la fiducia necessaria per tornare nei negozi fisici dopo le chiusure causate dal COVID.



Samuel Mueller, CEO Scandit.

a cura di Scandit

Sulla base di una nuova ricerca indipendente, effettuata su 116 retailer affermati in tutta Europa, i risultati rivelano la misura con cui la tecnologia di self-scanning, che permette ai clienti di scansionare e imbustare gli articoli durante lo shopping o la spesa, e il self-checkout, si stiano affermando durante la pandemia globale.

SCAN & GO: COME STANNO RISPONDENDO I CONSUMATORI?

Nel complesso, più della metà degli intervistati (56,8%) concorda sul fatto che sempre più clienti preferiscono soluzioni basate su app per smartphone per lo shopping self-scanning, anziché i tradizionali scanner manuali dedicati. Una percentuale simile (59,5%) segnala un aumento della domanda da parte dei clienti che vogliono usare la tecnologia per accedere a più informazioni sui prodotti per fare scelte di acquisto più consapevoli.

Gli sviluppi nella realtà aumentata (AR), per esempio, permettono ai clienti di trovare rapidamente il prodotto specifico che stanno cercando sullo scaffale. Allo stesso tempo, i retailer possono mostrare sconti su specifici prodotti direttamente sul display del dispositivo dei clienti. Più di un terzo (36,3%) dei retailer che hanno adottato lo Scan & Go ha notato un incremento nella dimensione del carrello dei clienti che utilizzano il self-scanning, mentre il 27,3% afferma di aver notato un incremento nell'utilizzo dall'inizio della pandemia.

I retailer che già offrono il self-scanning menziona-



no la possibilità di ridurre il contatto con il personale e con gli altri acquirenti, grazie alla riduzione dei touchpoint, come la ragione principale per cui il self-scanning si sta diffondendo, e sta coinvolgendo i clienti in una shopping experience più ampia - facendo anche risparmiare tempo, evitando le code in cassa.

"Il retail contactless stava già diventando un trend prima della pandemia, ora è una nuova realtà. Dall'arrivo del COVID, alcuni dei nostri clienti del settore alimentare hanno visto raddoppiare, o più, il numero di transazioni Scan & Go basate su app mobile nei propri negozi", ha dichiarato Samuel Mueller, CEO di Scandit. "I clienti preferiscono non dover fare la fila alla cassa, e sono entusiasti se hanno la possibilità di prendere rapidamente ciò di cui hanno bisogno e andare avanti con il resto della loro giornata. La semplicità e la velocità del mobile self-scanning da smartphone rende possibile il distanziamento, fornendo una maggiore sicurezza durante lo shopping. Questi risultati della ricerca indicano una forte accelerazione nella domanda di questo tipo di esperienza".

IL SELF-SCANNING È UNA PRIORITÀ PER I RETAILER

I retailer stanno anche considerando alcune tecnologie per accelerare l'espansione delle proprie capacità omnichannel e soddisfare la domanda dei consumatori. Quasi la metà dei retailer che offre il self-scanning (45,4%) propone già anche delle shopping app scaricabili per i propri clienti. Le priorità di investimento tra questi retailer sono di scalare e promuovere nuovi servizi click-and-collect (45,4%), di implementare servizi su una gamma più ampia di canali digitali (38,6%) e di migliorare le proprie attuali app (34,1%).

Tra i retailer che devono ancora offrire il self-scanning, il miglioramento delle attuali app è in cima alla lista delle priorità tra gli investimenti tecnologici (36,1%), seguito dal click-and-collect (27,8%)

e dall'implementazione di nuovi canali digitali e dall'automazione in-store (entrambi 25%). Una percentuale considerevole che non ha ancora implementato il self-scanning sta già lavorando per implementarlo o sta considerando di farlo (33,3%). "I retailer che avevano già un approccio contactless in atto hanno avuto un vantaggio significativo quando il COVID ha colpito. Questo ha spinto molti altri retailer a implementare nuove soluzioni Scan & Go o a migliorare quelle che già offrivano, come confermato dalle risposte a questa ricerca. Abbiamo visto questo incremento nella domanda in prima persona, lavorando con diversi retailer per implementare nuove soluzioni mobile contactless durante lo scorso anno. Con la speranza che questa adozione aumenti man mano che ci addentriamo nel 2021, i consumatori avranno acquisito maggiore familiarità con il mondo allargato del self-scanning, del click-and-collect, del ritiro curbside e della consegna a domicilio, quindi ci aspettiamo che questo trend continui", ha aggiunto Mueller.

www.scandit.com/it/

