Ecco come si comportano i consumatori davanti al distributore automatico

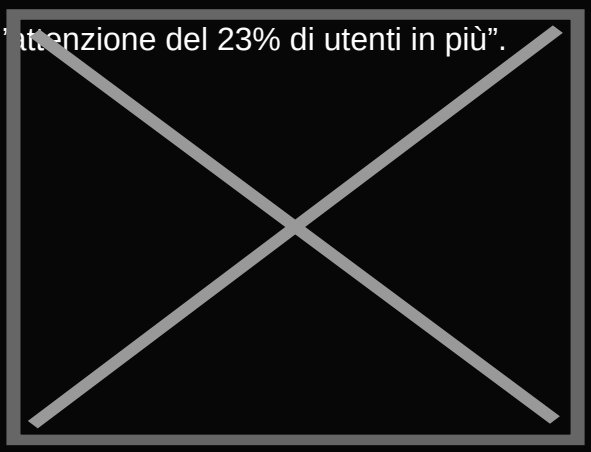
smart-vending-machine-aec61374

Tutto diventa big data. Anche i movimenti e i comportamenti dei consumatori davanti al distributore automatico, che fa sempre più parte della nostra vita quotidiana. Un primo **esperimento di Shopper Analytics** (analisi del comportamento dei consumatori) applicato al settore, condotto dall'Università Politecnica delle Marche insieme a **CONFIDA**, l'Associazione Italiana Distribuzione Automatica, ha scoperto ad esempio che per acquistare un prodotto alle vending machine ci mettiamo mediamente 14 secondi e se indugiamo oltre 1 minuto si finisce per non acquistare più.

MIGLIORARE L'ESPERIENZA D'ACQUISTO - L'esperimento – illustrato dal professore dell'università marchigiana **Emanuele Frontoni** nel workshop Il vending e l'esperienza d'acquisto del consumatore organizzato da CONFIDA, l'associazione italiana della distribuzione automatica – ha utilizzato quattro telecamere RGB puntate su altrettanti distributori automatici, rispettivamente in un'università, un ospedale, un'area self service e un'azienda. È stato monitorato per 12 settimane il comportamento dei consumatori. "L'obiettivo dello studio – spiega **Massimo Trapletti**, presidente di CONFIDA – è migliorare l'esperienza d'acquisto degli utenti convertendo contemporaneamente i dati in informazioni strategiche per i gestori delle macchine al fine di migliorare ulteriormente il servizio. Il vending muove così un ulteriore passo nell'era dell'Impresa 4.0".

LE SFIDE DELL'IOT - Secondo le rilevazioni, spiega il professor Emanuele Frontoni, "più tempo si trascorre di fronte ai distributori automatici, meno si compra: il 32% degli acquisti, infatti, avviene nei primi 5 secondi, mentre soltanto il 2% dopo 60 secondi". I dai emersi dallo studio dimostrano, inoltre, che "solo il 9,9% degli utenti acquista più di un prodotto – precisa Frontoni –. e che le interazioni calano drasticamente quando i consumatori si trovano di fronte a scomparti con prodotti esauriti: il numero degli utenti che si ferma al distributore automatico si riduce dell'8% e la quota degli acquisti scende addirittura del 43%. All'opposto, aumenta sensibilmente l'attrattività dei distributori di nuova generazione, specialmente quelli dotati di sistemi di pagamento cashless, che conquistano

l’attenzione del 23% di utenti in più”.



LA RIVOLUZIONE DIGITALE DELLE SMART VENDING

MACHINE - “I distributori automatici di nuova generazione anche dette smart vending machine – sottolinea il presidente di CONFIDA Massimo Trapletti – trasformano completamente l'esperienza d'acquisto del consumatore. Questo genere di distributori automatici integra schermi touch che, attraverso il digitale, consentono un'offerta personalizzata mixando gli ingredienti di base come caffè, latte, cacao con granelle e topping creando bevande gourmet, anche nella versione XL con le comode cup-to-go. Inoltre i sistemi di telemetria consentono tramite la rete di controllare la macchina da remoto e accorgersi in tempo reale se mancano prodotti o se c'è un guasto. E' possibile fare offerte combinate: un cappuccino, una brioche e una bottiglietta d'acqua. Infine il pagamento mobile, attraverso le APP, permette di poter dialogare col consumatore, analizzando le sue preferenze". La nuova tecnologia del vending sarà esposta nella fiera del settore, Venditalia che si terrà presso fieramilanocity dal 6 al 9 giugno prossimi.

IL PANEL - Il nuovo vending digitale e il suo rapporto col consumatore è al centro del workshop Il vending e l’esperienza d’acquisto del consumatore organizzato da CONFIDA, nel contesto dell’iniziativa Coffee & the City, insieme a Confcommercio Milano e Altoga - Associazione Torrefattori e Importatori di Caffè e Grossisti Alimentari in occasione di Milano Food City. Tra i relatori Marco Barbieri, Segretario Generale Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza, Remo Ottolina, Presidente di ALTOGA, Massimo Trapletti, Presidente CONFIDA, Pio Lunel, Presidente Gruppo Imprese di Gestione CONFIDA, Gabriele Primavera, Direttore Commerciale Canale Out of Home Ferrero, Davide Celin, Responsabile Vendite Canale OCS Vending Italia Luigi Lavazza e Stefano Piccinini, Presidente Gruppo Prodotti CONFIDA.