Ecommerce e nuovi prodotti, nel Gelato il futuro è già qui

ecommerce-e-nuovi-prodotti-1-c91632cd

In Danimarca (e Portogallo) le nuove frontiere della tecnologia non conoscono confini. Tutto per soddisfare con maggiore facilità le nuove esigenze dei consumatori

Tecnologia, tecnologia e ancora tecnologia. L'arma nemmeno poi troppo segreta per vincere la sfida di questi mesi sta tutta nell'innovazione legata all'hi-tech, come dimostrano le aziende più avanzate che si occupano di prodotti destinati alla conservazione dei prodotti in ambito Gelato e Pasticceria. In Danimarca, ad esempio, Elcold è pronta a lanciare a brevissimo sul mercato un congelatore per esposizione, disponibile in varie dimensioni, dotato di pannelli scorrevoli. "Il debutto di questo apparecchio ci fa ben sperare per i prossimi mesi", racconta Søren Elming, Sales Manager dell'azienda, sottolineando come la fine delle restrizioni alla mobilità porterà "tutti noi a riprendere la vita normale, in termini di attività outdoor, di riunioni in grandi gruppi di persone e di abitudini legate alla socialità, come il fatto di mangiare un gelato in compagnia". Per arrivarci, sottolinea però il manager, bisognerà aspettare ancora un po'. "Il tempo che i vaccini facciano il loro effetto, dopodichè ci aspettiamo che si torni a viaggiare senza problemi, anche nelle regioni del Mediterraneo come Spagna, Malta, Grecia e Italia". Sempre in Danimarca, il gruppo **Tefcold** ha deciso invece di investire recentemente sul proprio webshop, dotandolo di nuove e più immediate funzioni. Adesso, tutti i clienti possono avere accesso attraverso il loro login a un "magazzino" virtuale aperto 24/7, in cui effettuare ordinativi, gestire gli acquisti in essere e quelli già fatturati. Non solo, già al momento della presa in carico dell'ordine, gli acquirenti sono in grado di conoscere esattamente ingombri e costi di spedizione del materiale comprato per una ventina di Paesi europei. Online in primo piano anche in Portogallo, dove **Jordao** ha sfruttato gli ultimi mesi mettendo a segno un doppio colpo sul fronte dell'ecommerce: dapprima, lanciando un nuovo micro store e, in seguito, una serie di armadietti automatici per la raccolta degli ordini via web. Il motivo, dicono dall'azienda portoghese, è semplice: la trasformazione digitale ha raggiunto il Food Retail, l'esperienza di acquisto è cambiata e il nuovo consumatore utilizza il suo smartphone solo per ritirare i suoi ordini online o per fare i suoi acquisti in movimento.

Convenienza 24 ore su 24, 7 giorni su 7, sono per questo motivo i “plus” dell’espositore smart. Pensato per offrire ai diversi brand un’opportunità per diversificare le vendite nei luoghi più convenienti per i consumatori (dalle stazioni, agli aeroporti o le metropolitane), consente anche di tenere costantemente sotto controllo le vendite e lo stock della merce, sfruttando un sistema di sensori e l’intelligenza artificiale. Per i clienti, invece, il vantaggio sta tutto nell’estreme facilità di acquisto; per sbloccare le porte dell’espositore, scegliendo e rimuovendo liberamente il cibo dagli scaffali, basta infatti un’applicazione per smartphone, che consente di effettuare il pagamento. Principio simile, e accessibilità 24 ore su 24, 7 giorni su 7, anche per gli armadietti modulabili studiati dall’azienda portoghese. Obiettivo, rendere il più possibile efficiente la gestione delle consegne, ottimizzandola conservazione del cibo per l’e-commerce. Risultato: riducendo i tempi e i costi del delivery, compreso il trasporto, e della raccolta ordini, disponibile in ogni momento, si tratta di una soluzione che si adatta sia alle esigenze della gdo che della piccola distribuzione, ma anche a ristoranti, panetterie e pasticceri.