La vetrina diventa social

pepsi-vetrina-touch-e133f317

Da oggi la classica vetrina delle bibite si trasforma in pannello di comunicazione interattivo, grazie alla tecnologia touch.

PepsiCo sta testando in Italia sulla rete autostradale e in qualche aeroporto una nuova vetrina a due porte con un grande pannello centrale che altro non è se non un enorme touch screen. Il consumatore attratto da questa novità può avere tutte le informazioni (ingredienti e fattori nutrizionali) dei prodotti presenti nella vetrina, può farsi una foto e lasciarla nella bacheca, avere informazioni sul meteo, notizie in tempo reale sul traffico, le news del giorno e, ovviamente non potva mancare, l'accesso a facebook.

In questa fase è un mezzo di comunicazione pura. Ma le potenzialità per le sue valenze promozionali sono molteplici: dalle possibilità di azioni real marketing, essendo le vetrine installate tute collegate in rete, all'emissione di scontrino con sconto da redimere alla cassa. Da monitorare, invece, l'ottimizzazione dei costi energetici, essendo la vetrina dotata di due motori.

Quella filmata si trova presso il Ristop nell'area di servizio Montebaldo Ovest sulla Milano-Venezia.