Epson, lo scontrino diventa un mezzo per promuovere servizi ed eventi

epson-d9fd1e0d

Trasformare lo scontrino in un vero mezzo di comunicazione, una semplice ricevuta di pagamento in uno strumento per promuovere eventi, iniziative e servizi in città. E' l'opportunità offerta a ristoratori e retailer dall'iniziativa Exposition, eredità di Expo 2015. Sperimentata con successo a Milano durante i 180 giorni della manifestazione, infatti, l'iniziativa realizzata da Epson in collaborazione con il Cefriel (Centro di Eccellenza del Politecnico di Milano per l'Innovazione, la Ricerca e la Formazione nel settore dell'Information & Communication Technology) potrebbe essere estesa non solo sul territorio del capoluogo lombardo, ma anche ad altre città italiane.

Come funziona Il funzionamento è semplice: grazie a un aggiornamento del software del punto cassa basato su soluzioni Epson, in calce allo scontrino vengono stampate (in italiano o in inglese) informazioni geolocalizzate relative a un massimo di tre eventi, spettacoli e/o mostre più vicini (per distanza e orario), accompagnate da un codice QR che, letto da uno smartphone, consente di visualizzare sul web tutti i dettagli sulle iniziative. A Milano le informazioni, nel periodo di Expo, sono state fornite dal portale Expoincitta attraverso l'interfaccia digitale costituita dall'ecosistema E015 sviluppato dal Cefriel. "Attraverso 15 punti cassa di ristoranti e importanti catene retail nelle zone centrali di Milano, abbiamo contribuito a promuovere circa mezzo milione di eventi", spiega Camillo Radaelli, sales manager business system di Epson Italia. "I ristoratori – aggiunge – hanno così offerto un servizio in più, soprattutto nei confronti della clientela internazionale. Terminato Expo, dal momento che il portale Expoincitta prosegue l'attività con il suo prezioso database di eventi e manifestazioni a Milano, abbiamo deciso di continuare a sviluppare Exposition, magari includendo fra le informazioni servizi di pubblica utilità - come le stazioni del bike sharing più vicine - e introducendo la possibilità per il cliente di scegliere la tipologia di indicazioni che vuole ricevere. Inoltre, per il ristoratore, lo scontrino può diventare uno strumento per promuovere eventi, degustazioni, serate speciali…" E dopo Milano, Epson punta ad allargare l'iniziativa sul territorio italiano: "Da Torino a Brescia, numerose città hanno adottato l'ambiente E015 per la distribuzione di dati e informazioni. L'esperienza milanese potrà quindi

essere replicata, con la stessa efficacia, in altre realtà”, conclude Radaelli.