



Adattare i negozi fisici alle aspettative del cliente

È necessario coinvolgere il cliente in una "emotional experience" che sia appassionante ma allo stesso tempo funzionale, che metta le persone nelle migliori condizioni per essere partecipi delle proprie scelte

In uno scenario sempre più orientato all'esperienza d'acquisto dove le aspettative del cliente crescono continuamente, il ruolo del negozio fisico si conferma come fondamentale nel processo decisionale del consumatore. Gli stimoli ambientali uniti ad un'elevata qualità degli arredi e della location, quando si tratta di fare la spesa in un supermercato, diventano prioritari; e lo sono ancor di più quando la scelta d'acquisto riguarda i prodotti alimentari.

È quindi necessario coinvolgere il cliente in una "emotional experience" che sia coinvolgente ma allo stesso tempo funzionale, che metta le persone nelle migliori condizioni per essere partecipi delle proprie scelte: in questo contesto quindi la creazione di un ambiente corretto, la personalizzazione e l'elevato standard dell'interior design sono fondamentali per trasformare gli spazi in luoghi che riescano a coniugare narrazione e praticità. Occorre generare un effetto "wow" che in

questo caso viene creato dalla visione di un luogo accogliente, artistico e con un pizzico d'italianità. In particolare modo, quando si pensa alle aree fresche e surgelate a libero servizio delle grandi superfici, è importante proporre soluzioni dalla marcata coerenza estetica, e che al contempo offrano la migliore esposizione delle referenze.

Per rispondere a queste esigenze Epta, gruppo multinazionale specializzato nella refrigerazione commerciale, propone





la famiglia GranFit a marchio Costan, dedicata proprio ai reparti di freschi e surgelati. La gamma, già presente in maniera consolidata sul mercato, si arricchisce oggi di nuovi modelli che consentono al Retailer di creare layout personalizzati ma uniformi esteticamente, in modo da adattarsi per qualità e forme estetiche alle linee serve-over della famiglia Outfit, sempre a marchio Costan, così da avere una continuità stilistica all'interno del punto vendita.



I prodotti che compongono la famiglia GranFit, infatti, si caratterizzano per un design connotato da linee pulite, flessibilità ed adattabilità, per strutturare l'identità di ogni reparto. L'introduzione della Finishing Collection, una ricca palette di finiture, dalle materiche come il legno e la pietra, fino a serigrafie e stampe, per la parte alta e bassa degli ar-

redi, trasforma i pannelli in superfici decorative, amalgamando esteticamente la gamma a quanto già proposto per le soluzioni tradizionali.

Inoltre, la profondità della gamma consente di comporre il mix adatto alle proprie esigenze, scegliendo tra i verticali per freschi GranVista Next, per surgelati GranBering, i semiverticali per surgelati GranSesia e gli inediti semiverticali per freschi aperti con ripiani a cascata GranSibari e chiusi GranValdaj. Ciascun modello, a sua volta, presenta poi differenti altezze e profondità.

Infine, un'attenta analisi delle componenti estetiche e tecniche ha permesso di proporre soluzioni per potenziare il visual merchandising, come per esempio le porte a tutt'altezza prive di cornice per i banchi chiusi, le spalle panoramiche per una visuale da ogni angolazione, i sottili ripiani in vetro con illuminazione integrata. ■

Giorgio De Ponti
Product Strategy Manager Epta

DM MAGAZINE 37

Ritaglio stampa
Testata: DM Magazine
Pagine: 36-37
Diffusione: 10.000
Data: Settembre 2020