

Diferenciación y diseño en la tienda para una experiencia de compra única

From Concept... a la realidad

Epta, compañía especializada en refrigeración comercial, está impulsando el desarrollo de 'EptaConcept' en la distribución alimentaria española. Se trata de un servicio que crea experiencias, en espacios atractivos, que destacan por su diseño innovador, vanguardia, armonía y personalización, originando lugares que cuentan con una identidad propia y diferenciadora, transformando cada idea de proyecto en una concepción única.

■ POR REDACCIÓN INFORETAIL



Las cadenas de distribución tienen en la diferenciación un reto cada vez mayor. La búsqueda de nuevas alternativas y opciones que aporten un valor añadido al cliente van más allá de los precios, ofertas o variedad de referencias disponibles. Y es que esa diferenciación también reside en el diseño y la funcionalidad de sus espacios, que aportarán un valor adicional que hasta ahora no tenían. El objetivo, sin duda, es atraer al cliente de tal forma que éste viva una experiencia de compra satisfactoria, que le llevará a compartirla con otros consumidores potenciales, multiplicando así las posibilidades de que un determinado establecimiento o cadena de supermercados alcance ese ansiado posicionamiento diferencial.

Epta, como compañía especialista en ofrecer soluciones de refrigeración comercial, cuenta con una completa gama de innovadores productos para los sectores de la distribución alimentaria, *food & beverage* y *horeca*, donde conceptos como la innovación y la vanguardia son fundamentales.

En línea con esta filosofía de apuesta por la funcionalidad y la mejora continua, Epta lanzó en 2016 un nuevo servicio, **EptaConcept**, orientado a dar forma a espacios comerciales, córneres y quioscos a medida, con el fin de ofrecer una experiencia exclusiva al consumidor. Para ello cuenta con un equipo internacional de expertos arquitectos, diseñadores e ingenieros especializados en el desarrollo de diferentes disciplinas y que trabaja en estrecha colaboración con los distribuidores, las empresas de los sectores *horeca* y *food & beverage* para transformar cada necesidad en un resultado único y diferenciador. Un equipo humano que comparte sus experiencias a nivel internacional para adaptarlas a los diferentes mercados, cuidando todos los detalles, desde el análisis de las necesidades, hasta la selección del mobiliario, la instalación y la asistencia posventa.

Epta Iberia estrenó su nueva marca **EptaConcept** en un lugar muy característico de Madrid: el mercado urbano de la calle Clara del Rey. Un espacio que demostró la capacidad de la compañía para diseñar un espacio diferente, con mobiliario personalizado y con total



versatilidad e integración de sus soluciones en línea del mercado.

Creatividad, diseño y diferenciación

EptaConcept acompaña a sus clientes en una estrecha colaboración a lo largo de todo el proceso, desde la concepción de la idea original hasta la entrega del proyecto llave en mano. Un proceso

que se desarrolla bajo el lema 'From Concept a la realidad' y donde Epta realiza un análisis previo de las preferencias y necesidades manifestadas, estableciendo junto con el cliente el rumbo del proyecto, así como la estrategia.

Asimismo, **EptaConcept** aporta creatividad, diseño, funcionalidad y, sobre todo, diferenciación en un mercado cada vez más competitivo, reforzando la imagen de marca del cliente e impulsando las ventas, de tal forma que el consumidor final reconozca ese punto de venta como un lugar único.

Un buen diseño cuenta una historia. Para ello, es necesario entender no solo las necesidades de un determinado establecimiento, sino el potencial que puede tener si cuenta con un diseño atractivo a la vez que funcional. Se trata de crear lugares que tengan su propio significado e identidad; en definitiva, crear ambientes que aporten un valor añadido al cliente.

Como ejemplo de ello, la cadena de supermercados Ahorramas ya ha encontrado en el servicio de **EptaConcept** la solución a sus necesidades. Los resultados obtenidos

La finalidad de 'EptaConcept' es ofrecer una experiencia exclusiva al consumidor.

Epta ha desarrollado un 'comer' para Dehesa El Milagro que mejora la visibilidad de los productos y garantiza su correcta conservación.



Ahorramas tiene intención de implantar el proyecto 'EptaConcept' en, al menos, medio centenar de supermercados.

hasta ahora en los puntos de venta de referencia, como las tiendas de Rivas Vaciamadrid, Boadilla del Monte y Arturo Soria, han sido altamente positivos. Por el momento, un total de 30 establecimientos Ahorramas han implantado el proyecto, con la intención de ampliar su número al menos a 50 en aquellos territorios donde la cadena tiene presencia actualmente.

Nuevo diseño en Ahorramas

En su decidida apuesta por la innovación, la cadena de supermercados Ahorramas ha decidido incorporar un nuevo diseño a su sección de panadería y pastelería, producto de las nuevas demandas del mercado y los consumidores. Este nuevo concepto, diseñado por Epta, ha sido elegido por suponer una solución integral y una garantía de profesionalidad avalada por su experiencia en la integración de maquinaria de conservación, congelación y refrigeración en los puntos de venta del sector de la distribución.

El mobiliario de frío seleccionado para exponer ha sido, por una parte, la denominada isla 'Chorus', de grupo incorporado, que aporta versatilidad en la venta debido a su versión conmutable de media/baja temperatura. Se caracteriza por un diseño moderno gracias a los cuatro lados panorámicos que aseguran la máxima visibilidad del producto expuesto y una excelente presentación, al tiempo que sus puertas correderas acristaladas ayudan a mejorar la eficiencia en el consumo.

La isla 'Chorus' funciona con gas propano R290, un refrigerante alternativo y natural que refuerza el compromiso de Ahorramas con la sostenibilidad y el medioambiente.

Por otro lado, Ahorramas ha escogido también el semivertical 'Twist' que, en combinación con el semimural de refrigerados, es utilizado como mejor alternativa al modelo 'Chorus' dentro de la gama *plug-in* por su perfecta adaptabilidad a cualquier punto de venta con problemas de espacio.

Con esta nueva idea, Ahorramas ha pasado de un servicio asistido a un libre servicio, incorporando la baja temperatura y aumentando el número de referencias de

la sección, en una clara apuesta por su modernización para cubrir la demanda del cliente y clarificar el surtido.

Visibilidad en Dehesa El Milagro

Otro caso de éxito se encuentra también en la empresa Dehesa El Milagro, un modelo de granja ecológica con ciclo cerrado de producción, creada en 2011 para ofrecer productos naturales, cultivar la tierra y criar los animales de forma tradicional y responsable con el planeta.

Dehesa El Milagro ha adquirido un sólido compromiso con la sostenibilidad y el respeto medioambiental. Unos principios que son claramente perceptibles en sus tiendas a través de un profundo trabajo de puesta en valor de la calidad de los productos.

Por ello, la compañía decidió confiar en **EptaConcept** para mejorar el género expuesto y la visibilidad de los productos, conceptos que son de gran importancia dentro de la filosofía corporativa de Dehesa El Milagro.

Bajo esta premisa **EptaConcept** desarrolló un *corner* en base a las necesidades expuestas por su cliente, donde primaba la capacidad de garantizar una realización llave en mano con soluciones que destacasen por su diseño, máxima fiabilidad en la correcta conservación de los productos frescos y sostenibilidad del conjunto, eje fundamental de la identidad de la empresa.