

Primi risultati del progetto pilota: il self-checkout è apprezzato anche nel supermercato per l'edilizia

La clientela svizzera utilizza già attivamente nei supermercati di alimentari la possibilità offerta dai sistemi di self-checkout. A Bussigny da inizio agosto JUMBO sta testando, se i clienti sceglierebbero questa possibilità di pagamento anche in un mercato di articoli per l'edilizia. Il primo bilancio dopo tre settimane: oltre un quarto dei clienti sceglie liberamente il self-checkout.

Dietlikon, 20 agosto 2018

La registrazione e il pagamento «fai da te» degli articoli acquistati (self-checkout) è ormai un'abitudine acquisita nella vendita al dettaglio elvetica. Le statistiche mostrano che dal 20 al 50 per cento dei clienti utilizza regolarmente il self-checkout anziché attendere in coda alla cassa. Dai differenti dati di utilizzo emerge che per questo sistema l'ideale sono piccoli articoli e piccole quantità: infatti la percentuale è particolarmente alta sul mezzogiorno, poiché durante la pausa si fanno solo piccoli acquisti.

L'esigenza della clientela di un self-checkout ha portato JUMBO a chiedersi: come è possibile integrare il self-checkout nei mercati per l'edilizia?

«Rispetto a un negozio di alimentari, il mercato edile ha delle esigenze molto più complesse riguardo a un sistema di self-checkout» spiega Lars Wasserfallen, responsabile di progetto presso JUMBO. Per questo motivo in Svizzera nei mercati per l'edilizia il sistema è impiegato solo in modo rudimentale. Da agosto, con un progetto pilota a Bussigny, JUMBO testa quale primo mercato per l'edilizia in Svizzera un self-checkout completo per l'intero assortimento – dalla vite al pesante e ingombrante sacco di terra.

Lars Wasserfallen: «La differenza è palese già dal tipo di carrello, con i relativi effetti sulla struttura del negozio. Ci siamo chiesti: in che modo deve essere allestita la zona checkout, affinché anche gli articoli ingombranti possano essere scansionati in modo rapido e semplice?». Anche la procedura di pagamento deve essere semplice e per questo motivo durante il progetto pilota è possibile pagare unicamente con le carte o con funzione senza contatto.

Dopo tre settimane già un quarto dei clienti paga con il self-checkout

Le attuali cifre di utilizzo superano le aspettative. «Dall'inizio del progetto oltre un quarto dei clienti ha scelto spontaneamente il fai da te al momento di pagare gli acquisti, senza che noi

avessimo in alcun modo stimolato questa scelta» conclude con soddisfazione Wasserfallen, il quale ritiene che la clientela accetti molto bene questa nuova soluzione.

Il progetto pilota di JUMBO Bussigny sarà operativo per sei–nove mesi, dopodiché JUMBO stilerà un bilancio e deciderà se e in quale forma il concetto di pagamento self-checkout dovrà essere introdotto.

Informazione sul materiale illustrativo

JUMBO mette a disposizione immagini e foto per gli operatori dei media. Potete scaricare le immagini tramite [questo link](#).

A disposizione dei media

Fabian Rauber
Head of Media Relations
Tel. diretto +41 (0) 44 805 62 33
fabian.rauber@jumbo.ch

Jumbo-Markt AG

JUMBO si occupa di commercio al dettaglio altamente specializzato e con le sue 40 filiali è la seconda catena svizzera di mercati edili. Come MANOR anche JUMBO è affiliata al 100% di Maus Frères Holding. Nel 2017, con circa 1500 collaboratori, JUMBO ha realizzato un fatturato di oltre 552 milioni di franchi svizzeri.