

La Storia del Progetto DECATHLON ITALIA



Decathlon: l'innovativa soluzione che rende fluido e veloce il passaggio alle casse

DECATHLON

Decathlon è una delle catene di negozi di articoli sportivi più conosciute ed apprezzate al mondo.

Con oltre 1.100 negozi in ben 27 Paesi, ogni giorno l'Azienda si impegna a «rendere accessibile al più grande numero di persone il piacere ed i benefici dello sport».

La missione di Decathlon si traduce nella concezione, produzione e vendita di prodotti con un ottimo rapporto qualità/prezzo, rispetto per l'ambiente, attenzione alle relazioni interne ed esterne e un fortissimo orientamento all'innovazione.

LE SFIDE

E' proprio la spiccata propensione all'innovazione il punto di partenza di questa storia. Nel 2015 Decathlon decide di trasformare il concept di alcuni punti vendita. *“E' stato*

proprio con il relooking delle nostre barriere cassa” – afferma Donato Favale, Area Operation Manager di Decathlon Italia – *“che abbiamo sentito l'esigenza di una soluzione che coincidesse con la nostra nuova idea”*.

In questa fase di trasformazione, Decathlon aveva bisogno di una tecnologia che potesse **velocizzare i tempi di attesa per il pagamento**, rendendo il passaggio alle casse fluido e armonico. Tutto questo avrebbe cancellato definitivamente il vecchio concetto di attesa e – allo stesso tempo - consentito alle postazioni cassa di **lavorare con la stessa produttività ed efficienza**, offrendo complessivamente un servizio migliore ai propri clienti.

LA SOLUZIONE

Per offrire ai clienti un'esperienza unica e speciale, Decathlon passa al vaglio molteplici tecnologie, che si

rivelano incongruenti con le proprie necessità o troppo complesse dal punto di vista infrastrutturale. La Soluzione arriva con Qmatic e la sua Solo Linea. *“Era proprio ciò che stavamo cercando”* – rivela il dott. Favale.

Decathlon e Qmatic iniziano così a lavorare sul primo progetto, configurato per seguire un preciso percorso:

- prima ancora di mettersi in coda, i clienti vengono informati sulla presenza della **Fila Unica** tramite specifici messaggi
- un monitor informa il cliente riguardo la cassa assegnata, fornendo **indicazioni visive e sonore**
- i display di cassa, attraverso colori ed effetti grafici, aiutano il cliente ad identificare il percorso, rendendo **l'esperienza d'acquisto semplice e piacevole**.

Il successo del progetto pilota – lanciato nel punto vendita di Corsico (MI) – ha consentito di introdurre Solo Linea in molti altri negozi del brand francese.

Oggi Qmatic migliora l'esperienza dei clienti Decathlon in 35 negozi sparsi in tutta Italia.

★ I RISULTATI

Attraverso Solo Linea, Decathlon ha ridotto i tempi di attesa e aumentato la produttività del passaggio in cassa.

“I clienti hanno apprezzato molto questa novità tecnologica”

– continua Favale – *“Prevediamo di estendere il numero di installazioni in altri punti vendita. Inoltre utilizzeremo Solo Linea anche per raccogliere ed analizzare statistiche che forniscono informazioni preziose sulle performance degli store. Così facendo offriremo ai nostri clienti esperienze d'acquisto sempre più soddisfacenti”.*

Decathlon ha scelto Qmatic anche per gestire l'attesa nel reparto Ciclismo del punto vendita di Fiumicino.

La tecnologia Solo avvisa la clientela del proprio turno tramite **SMS**.

“Avevamo bisogno di una tecnologia che coincidesse con la nuova idea di punto vendita. Solo Linea di Qmatic era proprio quello che stavamo cercando. I nostri clienti hanno apprezzato molto questa novità tecnologica.”

Donato Favale - Area Operation Manager Decathlon Italia

In questo modo, mentre si aspetta, è possibile continuare il proprio shopping all'interno dello store, in tutta tranquillità.

👍 IL PROGETTO IN BREVE

DECATHLON

Decathlon è una delle catene di negozi di articoli sportivi più conosciute e ed apprezzate al mondo. Con oltre 1100 negozi in ben 27 Paesi, ogni giorno si impegna per «rendere accessibile al più grande numero di persone il piacere ed i benefici dello sport».

Le Sfide

- Migliorare l'esperienza d'acquisto dei clienti all'interno del punto vendita
- Ridurre il tempo di attesa per il pagamento
- Aumentare la produttività dello staff
- Accentuare l'identità di Azienda orientata all'innovazione

La Soluzione

- Qmatic Solo Linea
- Qmatic Solo—Chiamata SMS (Decathlon Fiumicino, reparto ciclismo)
- Sistemi Digital signage per l'attesa dei Clienti
- Statistiche e notifiche in tempo reale per il management e lo staff.

I Benefici

- Clienti più soddisfatti
- Riduzione dei Tempi di attesa in cassa
- Aumento produttività passaggio in cassa
- Migliori condizioni lavorative del Personale, dovute ad una gestione ordinata delle attese

Contattaci per maggiori dettagli

Qmatic Italy srl
www.qmatic.it
info.it@qmatic.com
+39 06 333 2331

QMATIC