

EMANUELE SONCIN**SPAIN BUSINESS UNIT DIRECTOR DE CHECKPOINT SYSTEMS**

“Alcanzar las soluciones más punteras es elemental para el éxito”

Digitalización y tecnología van de la mano, en opinión de Emanuele Soncin. ¿El objetivo? Ofrecer soluciones adaptadas a cada uno de los clientes y que, al mismo tiempo, respondan a factores innovadores. El etiquetado de origen, mejorar la experiencia de consumidor, reducir la pérdida desconocida y avanzar en trazabilidad, son -a su juicio- algunos de los retos de futuro para el sector. “Checkpoint está centrado al 100% en la innovación”, remarca.

Balance de la última década

El principal cambio gira en torno a la digitalización, con nuevas tendencias en la manera de operar y aportar valor. En este sentido, la solución ha llegado de la mano de la tecnología: el pago sin fricción, la conectividad IoT y el acceso a datos procesables, el uso de antenas que permitan ampliar los anchos de paso o el control de los inventarios con RFID para la omnicanalidad serán soluciones que el sector seguirá perfeccionando en los próximos años. Checkpoint está centrado al 100% en la innovación.



Desafíos futuros

En primer lugar, el etiquetado de origen, que permite que todos los artículos lleguen protegidos a la tienda desde el punto de fabricación, para que los trabajadores puedan únicamente dedicarse a la reposición de los productos y a la venta. Para ayudar contamos con una consultora de etiquetado en origen capaz de acompañar a fabricantes y minoristas en la toma de decisiones del proyecto. Otro desafío corresponde con mejorar la experiencia del consumidor, con entradas más despejadas. Para ello, en los últimos tres años, hemos lanzado varias novedades EAS y estamos preparando, para enero de 2023, una nueva para la línea de caja totalmente integrada. Por otro lado, la etiqueta de metal ofrece una reducción de la pérdida desconocida de hasta el 50%; mientras que, para el reto de la trazabilidad, la solución RFreshID utiliza una tecnología RFID que permite monitorizar el inventario mediante una fácil identificación de los productos próximos a caducar, estén donde estén, y de cuándo es necesario una reposición de mercancía.

Claves de la gestión

Dar soluciones adaptadas a cada una de las problemáticas que sufre un cliente. La industria se enfrenta a

diario a un mercado paralelo en el que se burlan los cauces oficiales de distribución y se dificulta el mantener un control sobre el vendedor final. Controlar esto siempre ha sido una de las obsesiones de las marcas.

Relevancia del factor humano

Sigue siendo vital tanto en la venta como en garantizar la seguridad de los establecimientos. La convivencia con la tecnología permite mejorar la eficacia de su trabajo diario y apoyarse el uno en el otro para potenciar los resultados en cada punto de venta y facilitar las tareas de los gestores de la tienda. La tecnología tiene razón de ser por el factor humano y es por este motivo por el que a finales de este año estrenaremos nuestro nuevo *hub* europeo en Terrassa (Barcelona).

Conceptos esenciales

Destaco la innovación y la adaptación. Alcanzar las soluciones más punteras es elemental para tener éxito, pero también es necesario tener la capacidad de adaptarlas a las necesidades de cada cliente para aprovechar todas sus ventajas.

