

TMM Group implementa una aplicación para informar de los alérgenos en los supermercados Bonpreu - Esclat

TMM Group instala, -a través de la plataforma Waapiti- en las secciones de frescos de los supermercados Bonpreu-Esclat, unas pantallas interactivas que cumplen con la Legislación de Información Alimentaria (Reglamento (UE) Nº 1169/2011) y permiten informar de los alérgenos de sus productos no envasados

Bonpreu-Esclat, todo un referente en el sector y en proyectos de innovación tecnológica en retail, vuelve a apostar por TMM Group - Waapiti en el diseño e implementación de una herramienta interactiva en las secciones de frescos del punto de venta, para mejorar la experiencia de compra de usuarios con alergias o intolerancias alimentarias.

La aplicación de alérgenos está pensada sobretodo para supermercados o tiendas de alimentación que dispongan de alimentos no envasados, y a quiénes la Legislación de Información Alimentaria les obliga a informar a sus usuarios de los ingredientes y alérgenos.

Una aplicación imprescindible para el sector

La creación de esta herramienta nace por tres razones principales: la legal, exigida por la legislación que obliga a informar de los alérgenos de los productos no envasados; la tecnológica, que surge de la necesidad de transformación del papel al digital; y la experiencial que nace de la necesidad de innovar y mejorar la experiencia en el punto de venta.

Estas tres razones sumadas a otras como la necesidad de diferenciar el surtido según establecimiento, mostrar la información en varios idiomas, o tener los datos sincronizados a tiempo real con la base de datos (ERP), impulsaron a Bonpreu-Esclat, juntamente con TMM Group - Waapiti, a diseñar este catálogo interactivo de alérgenos e ingredientes.

Cómo funciona la herramienta

La aplicación se divide por secciones como charcutería, quesería, panadería y carnicería, y dentro se muestran las categorías de cada una. El cliente puede seleccionar una sección y empezar a filtrar por los 14 alérgenos, visualizando las categorías y dentro de ellas los resultados que no contengan dicho alérgeno. Finalmente, se puede consultar la ficha de cada producto con información detallada de ingredientes. La herramienta contiene diferentes secciones de un mismo establecimiento, pero de manera automática en cada establecimiento sólo se muestran las secciones disponibles y sus respectivos productos.

La aplicación se sincroniza automáticamente con la base de datos del cliente. Para este proyecto interactivo es imprescindible una previa integración con el sistema de datos del cliente. "Esta integración es la que nos permite una sincronización de datos automática cada vez que el cliente

realiza un cambio en su base de datos, de forma que todo está centralizado y no existen datos duplicados. Facilitamos así las altas, bajas o modificaciones de productos, a la vez, que distribuimos los artículos según la disponibilidad en cada tienda”, comenta Derek Hossack, director de IT en Waapiti.

Solución all in one: estabilidad, fluidez y seguridad

La solución interactiva se presenta en una pantalla táctil profesional de entre 16” y 22” con un reproductor integrado. Una solución robusta y elegante pensada para funcionar 24h, que puede instalarse en vertical u horizontal según disponibilidad de espacio; y se presenta en un pie, en una pared o integrada en el mobiliario.

La reproducción de contenidos es estable, fluida y segura al tratarse de una aplicación que funciona en local y no de un navegador web que muestra una página web, además, de este modo minimizamos siempre la consulta de datos online a aquella información crítica como son los precios o el stock.

Todo esto hace que la experiencia de usuario en este tipo de soluciones sea 100% satisfactoria; a diferencia de otras soluciones táctiles no tan profesionalizadas que se acostumbran a encontrar muy a menudo en establecimientos.

Medición y análisis de datos interactivos

Todos los datos de interacción como inicio de sesiones, consulta de categorías y productos quedan registrados en la plataforma Waapiti. El análisis de esta información, cruzada con otros datos como las ventas, permiten sacar ratios de conversión que contribuirán a las decisiones de estrategia de venta de productos.

Otras integraciones

En este tipo de aplicación interactiva se pueden integrar más funcionalidades según las necesidades del proyecto, como por ejemplo: carrito de la compra donde se puede imprimir o enviar por correo electrónico, sistema de pagos existente y sensores, como lector de código de barras para leer la tarjeta del cliente e identificar el usuario, y así poder ofrecer una experiencia más personalizada.

Datos de contacto:

Júlia Rius
932051538

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>