

Comunicato stampa

## LA DIGITAL CUSTOMER JOURNEY IN FARMACIA

**Dominodisplay presenta le nuove soluzioni di Digital Signage “Ready to go”**

28 luglio 2020: [Dominodisplay](#), società del Gruppo Masserdotti che opera come **System Integrator di soluzioni tecnologiche avanzate per la comunicazione multimediale**, ha messo a punto **il nuovo progetto di Digital Customer Journey per il comparto delle farmacie**, in cui hardware, contenuti e consulenza sono forniti in un pacchetto chiavi in mano. *“Da tempo lavoriamo per agevolare la **trasformazione digitale del punto vendita**, sempre più deputato a essere un luogo in grado di rispondere ai nuovi modelli di comportamento del consumatore”*, spiega **Marcello Lamperti**, general manager e managing partner del Gruppo Masserdotti, tra le prime realtà italiane a investire nelle potenzialità della comunicazione multimediale. *“Questo pluriennale know how ci permette di focalizzarci di volta in volta su settori verticali come pharma, jewelry, fashion, per i quali siamo in grado di offrire soluzioni ad hoc”*.

Il catalogo di Dominodisplay per le farmacie comprende una gamma completa di **soluzioni integrate “Ready to go” che coniugano hardware di ultima generazione a marchio Samsung**, di cui Dominodisplay è Platinum Partner, **a un ricco ventaglio di contenuti non brandizzati**, elaborati in base a target e stagionalità, realizzati in collaborazione con agenzie di comunicazione e società di consulenza specializzate nel settore farmaceutico. Soluzioni in bundle, proposte a prezzi estremamente competitivi, fornite offline dalla **divisione Dominodisplay Enterprise Solutions**, che elabora progetti di digital signage chiavi in mano per clienti corporate come le grandi catene di franchising del settore farmaceutico. Inoltre, per progetti più semplici, è possibile acquistare direttamente online questi prodotti sull’e-commerce [www.dominodisplay.com](http://www.dominodisplay.com).

**Monitor, totem a incasso, tavoli multimediali e totem da banco**, sono solo alcuni dei device proposti dal catalogo “Digital Customer Journey in farmacia”, suddiviso in base alle esigenze comunicative di quattro differenti aree del punto vendita. Si parte dalla **vetrina**, biglietto da visita della farmacia, dove sono necessarie soluzioni di impatto in grado di attirare l’attenzione già dall’esterno; si passa poi all’**area centrale**, in cui i messaggi trasmessi dai sistemi multimediali guidano il cliente nel percorso d’acquisto. Tutt’attorno la **zona perimetrale** può accogliere dispositivi in grado di migliorare le performance espositive delle diverse categorie merceologiche; particolarmente importante il **banco avancassa**, dove il cliente conclude la sua esperienza: qui si consiglia l’utilizzo di strumenti agili e versatili in grado di favorire acquisti dell’ultimo minuto.

Inoltre, ogni soluzione può essere personalizzata dai progettisti interni di Dominodisplay per adattarsi al layout delle singole farmacie. *“È fondamentale l’approccio consulenziale basato sul modello ‘Test and Optimize’ che caratterizza la nostra attività”*, prosegue Lamperti. *“Ascoltiamo le esigenze del cliente ponendoci come partner che ne interpreta i bisogni e li elabora, guidandoli nella scelta dei sistemi più adatti alle specifiche **strategie di proximity marketing**”*. **Il tutto con risultati più che positivi anche a livello economico. Infatti, i riscontri ricevuti dai clienti che hanno già intrapreso un percorso di digitalizzazione della propria farmacia segnalano sin dai primi mesi un incremento di fatturato.**

**Per la stampa:**

**PINKCOMMUNICATION**

Cristina Cortellezzi

Laura Premoli

Tel. 02-89077160/49

[info@pinkcommunication.it](mailto:info@pinkcommunication.it)

[www.pinkcommunication.it](http://www.pinkcommunication.it)

**Per il pubblico:**

**Gruppo Masserdotti Spa**

Via Renolda 43

25030 Castel Mella - Brescia

Tel: +39 0302 308 611

[www.masserdotti.it](http://www.masserdotti.it)

[www.dominodisplay.com](http://www.dominodisplay.com)