

Comunicato stampa

## **LA DIGITAL CUSTOMER JOURNEY IN FARMACIA**

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

28 luglio 2020: In un mondo sempre più digitalizzato il negozio fisico continua a rappresentare un touch point importante della customer journey, soprattutto in alcuni settori merceologici come le farmacie. Qui la spinta verso la digital transformation è sempre più significativa nell’ottica di offrire un’esperienza d’acquisto in linea con le aspettative e le abitudini di un’utenza connessa e informata.

**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 pacchetti chiavi in mano. **“Da tempo lavoriamo al fianco di franchisor e grandi catene del retail per agevolare la trasformazione digitale del punto vendita, sempre più deputato a essere un luogo di esperienza immersiva, in grado di rispondere ai nuovi modelli di comportamento del consumatore”**, spiega **Marcello Lamperti**, general manager e managing partner del Gruppo Masserdotti, da oltre 50 anni specialista della comunicazione in-store, tra le prime realtà italiane a credere nelle potenzialità della comunicazione multimediale. **“Questo pluriennale know how ci ha permesso di focalizzarci di volta in volta su settori verticali come pharma, jewelry, fashion, per i quali siamo in grado di offrire soluzioni ad hoc”**. **Già da tempo Dominodisplay sta operando efficacemente al fianco delle farmacie, tanto da dare vita oggi a un catalogo di proposte dedicate**. Soluzioni a pacchetto, 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).

L’offerta studiata per il canale farmaceutico 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, suddivisi per le quattro differenti aree espositive del punto vendita (vetrina, area centrale, pareti, banco e avancassa), a un ricco pacchetto di contenuti non brandizzati, elaborati in base a target e stagionalità, in collaborazione con agenzie di comunicazione e società di consulenza specializzate nel settore farmaceutico. Messaggi che, nel caso delle grandi catene, possono essere condivisi nei diversi punti vendita dislocati in luoghi differenti grazie a reti digital signage. Ogni soluzione, inoltre, può essere personalizzata dai progettisti interni di Dominodisplay per adattarsi alle esigenze e alle caratteristiche delle singole farmacie. **“E’ fondamentale in questo caso 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, per costruire insieme un progetto che risponda perfettamente alle singole necessità”**.

Flessibilità e personalizzazione del servizio sono tra i principali plus riconosciuti a Dominodisplay dalle farmacie indipendenti, così come dai network in franchising che hanno già intrapreso un percorso di digitalizzazione dei propri punti vendita. **Tra i sistemi più richiesti totem a incasso, tavoli multimediali, totem da banco e da vetrina fino ai monitor stretch fissati agli scaffali**. Soluzioni disponibili stand alone oppure progettate su misura per integrarsi con banconi ed espositori già presenti, adattandosi non solo al layout esistente, ma soprattutto alle strategie di

proximity marketing. Il tutto con risultati più che positivi anche a livello economico. I riscontri ricevuti dai clienti che hanno già intrapreso un percorso di digitalizzazione della propria farmacia segnalano, infatti, 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)