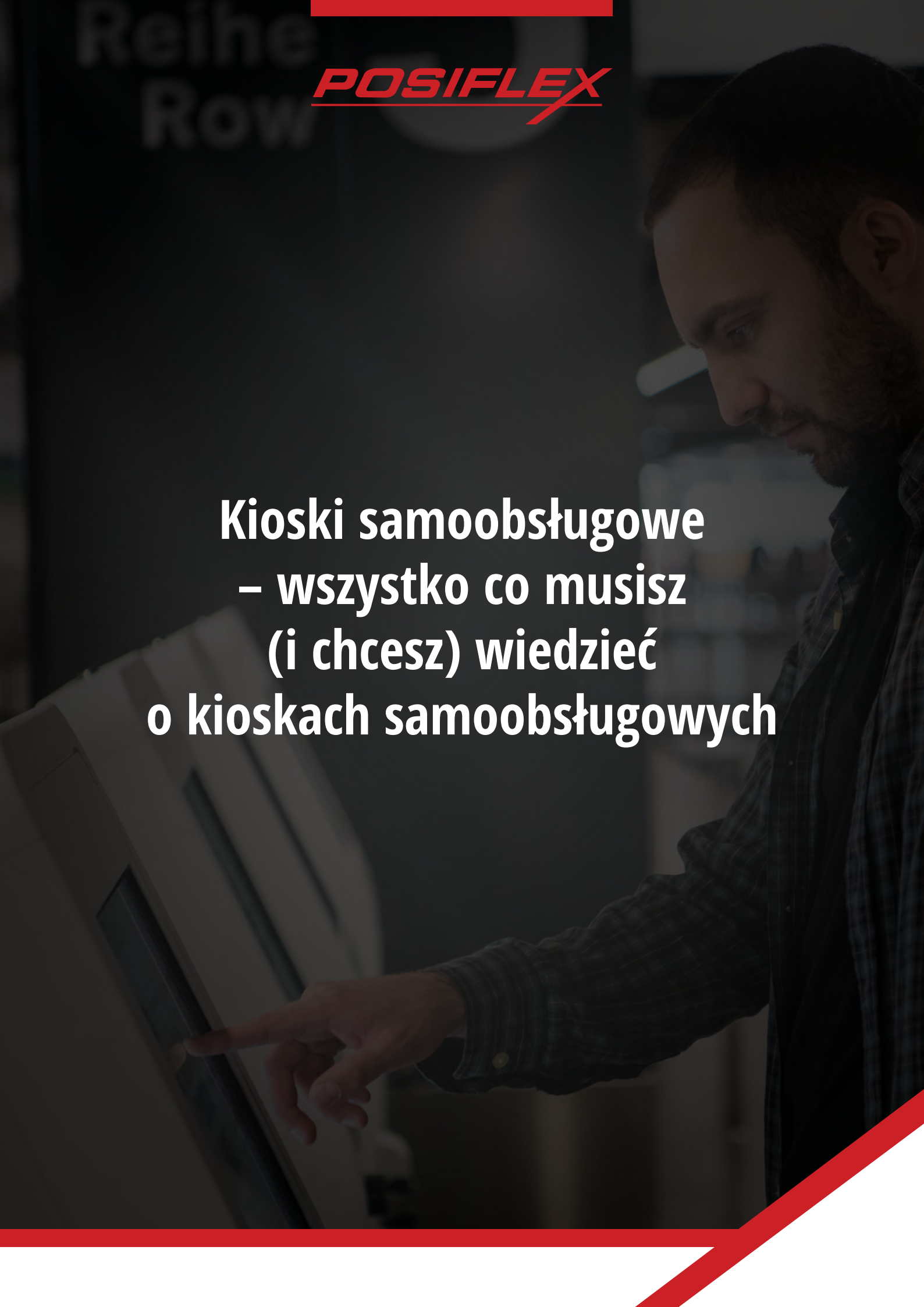
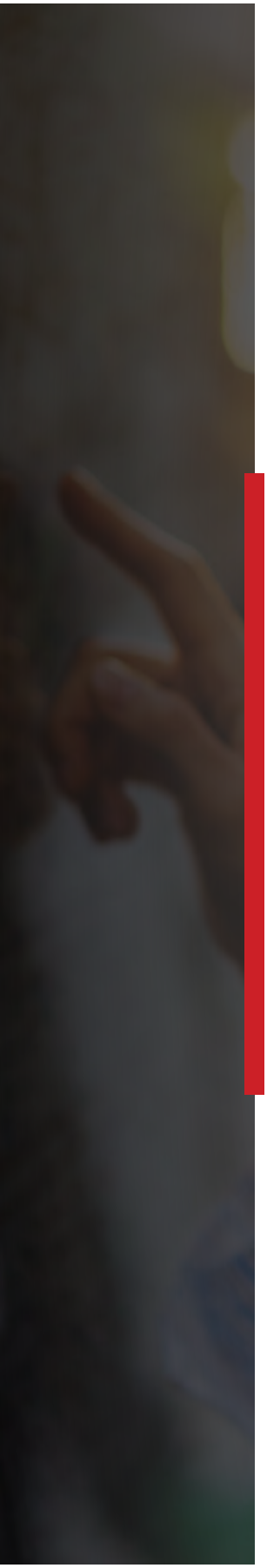


Kioski samoobsługowe – wszystko co musisz (i chcesz) wiedzieć o kioskach samoobsługowych



ZAWARTOŚĆ

Wstęp 3

Ale zacznijmy od początku... Czym jest kiosk samoobsługowy? 4
Trochę historii 5

Kioski samoobsługowe - chwilowa moda czy przyszłość sprzedaży? 6

Pokolenie Y coraz większą grupą docelową 6
Płatności głównie bezgotówkowe 8
Jesteśmy bardziej elastyczni 9
Samoobsługa to nie brak obsługi 10
Wyższy średni rachunek przy wykorzystaniu kiosków 11
Długie kolejki odstraszają klientów 12
Czy obecność kiosku ma wpływ na decyzję klientów? 13
Co nas irytuje i jak to wykorzystać? 14

Branże: przykładowe zastosowanie i korzyści 15

Gastronomia 16
Hotele 17
Retail 18
Fitness i gabinety kosmetyczne 19
Kina i teatry 20
Medycyna 21

Dostępne modele 22

Seria EK 23
Seria TK 26

Dlaczego Posiflex? 29

Zakończenie 33

WSTĘP

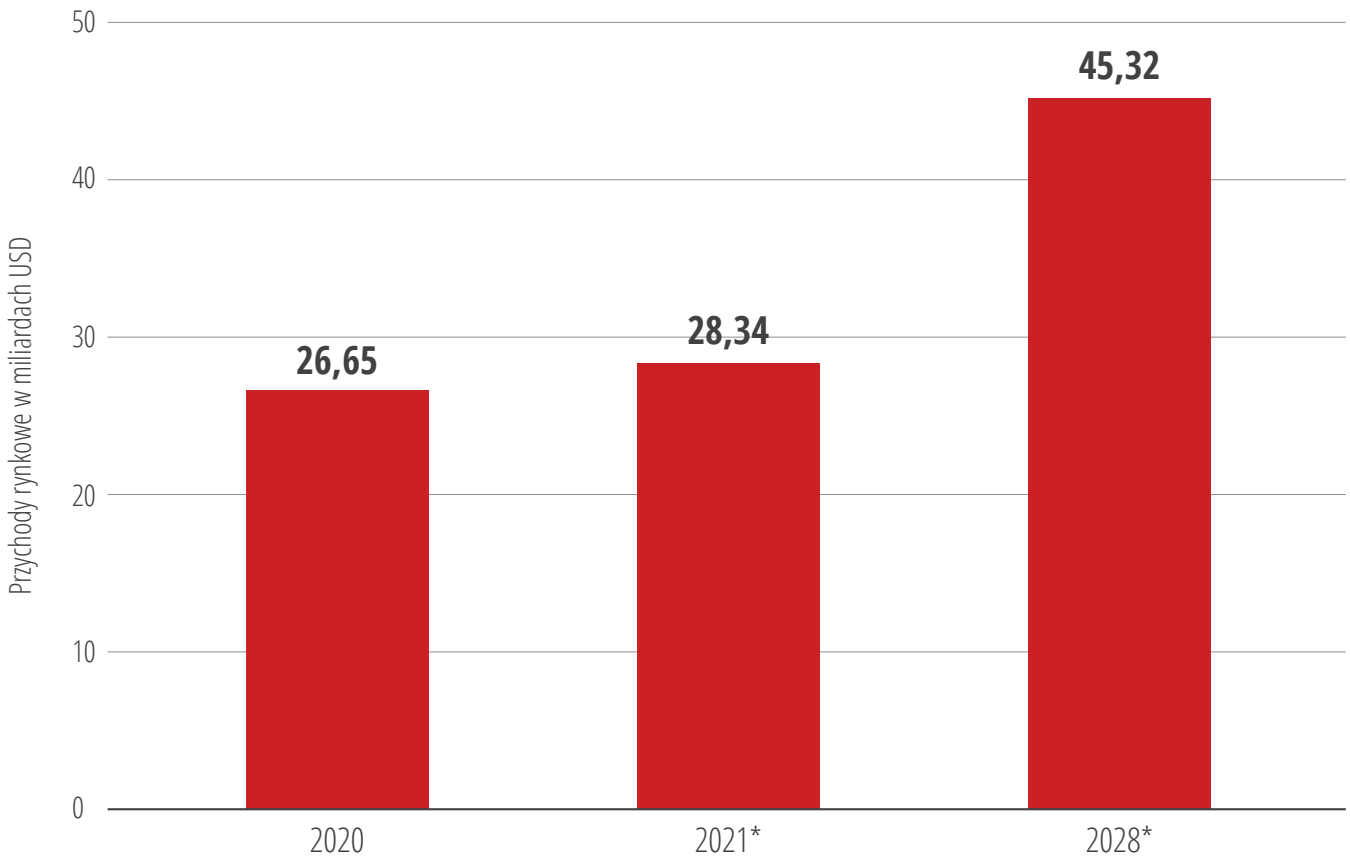
Pomimo tego, że kioski samoobsługowe nie są nowym konceptem, to ich popularność w Polsce wciąż nie jest duża. Wykorzystane w dokumencie badania, liczby i artykuły pochodzą głównie ze Stanów Zjednoczonych i zostały opublikowane w dużym przedziale czasowym. Dowodzi to temu, że kioski zostały użyte po raz pierwszy już kilkanaście lat temu, ale samoobsługa jest zdecydowanie kierunkiem, w którym zmierza świat. Oddelegowanie pracowników do bardziej wymagających zadań, których nie jesteśmy w stanie zautomatyzować, pozwala na pełne wykorzystanie ich prawdziwego potencjału. Natomiast przekazanie czynności prostych i powtarzalnych maszynie to powoli nasza codzienność.



ALE ZACZNIJMY OD POCZĄTKU... CZYM JEST KIOSK SAMOOBSŁUGOWY?

Kiosk samoobsługowy to urządzenie, które umożliwia konsumentom bezpośrednią interakcję z ofertą danego przedsiębiorstwa. Kiosk sprawdzi się wszędzie tam, gdzie spotykamy się ze sprzedażą produktów i/lub usług. Popularność kiosków interaktywnych stale rośnie i przewidywany jest znaczny wzrost do 2028 roku, co pokazuje badanie przeprowadzone przez firmę Statista[1]:

DOCHODY Z RYNKU INTERAKTYWNYCH KIOSKÓW NA CAŁYM ŚWIECIE W 2020, 2021 i 2028
(w miliardach dolarów amerykańskich)



Data wydania
Styczeń 2021

Region
Globalnie

Okres ankiety
2020

Uwagi dodatkowe
* Prognoza

TROCHĘ HISTORII[2]

Pierwszy kiosk samoobsługowy powstał w 1977 roku na Uniwersytecie Illinois w Urbana-Champaign i stworzony został przez studenta medycyny, Murraya Lappe. Kiosk służył do oglądania mapy, katalogów, rozkładów jazdy autobusów, znalezienia zajęć pozalekcyjnych oraz kursów. Podczas swojego debiutu w kolejce do niego przez pierwsze 6 tygodni czekało ponad 30 tysięcy studentów, nauczycieli i gości.

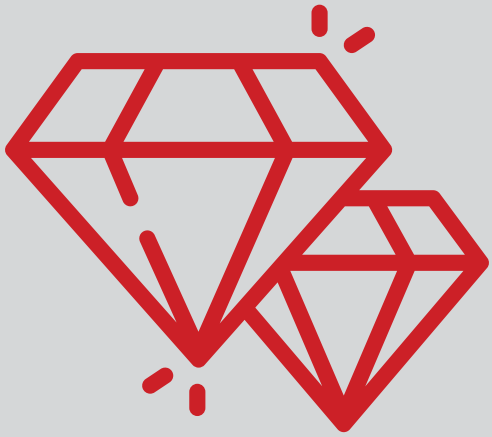
Do celów komercyjnych kiosku użyto po raz pierwszy około 1985 roku w sklepie obuwniczym Florsheim Shoe Co. Sieć ponad 600 kiosków reklamowała obuwie, których nie można było dostać w danym sklepie. Klienci mogli zamówić wybrany rozmiar i kolor, a także od razu opłacić zamówienie. Te urządzenia działały ponad 6 lat we wspomnianych punktach sprzedaży detalicznej.

Kolejne kioski zwiększały swoją funkcjonalność. Pierwszy komercyjny kiosk z łączem internetowym pojawił się w 1991 roku w firmie Comdex.



Przenoszenie kiosków samoobsługowych do coraz to nowych branż pokazuje jak wielki potencjał drzemie w tych urządzeniach. Kioski pojawiają się już nie tylko w gastronomii, ale również w hotelach, sklepach, siłowniach, przychodniach, urzędach czy kinach.

Więcej o kioskach, ich zastosowaniu i korzyściach,
ale również dostępnych u nas modelach przeczytasz w tym ebooku.



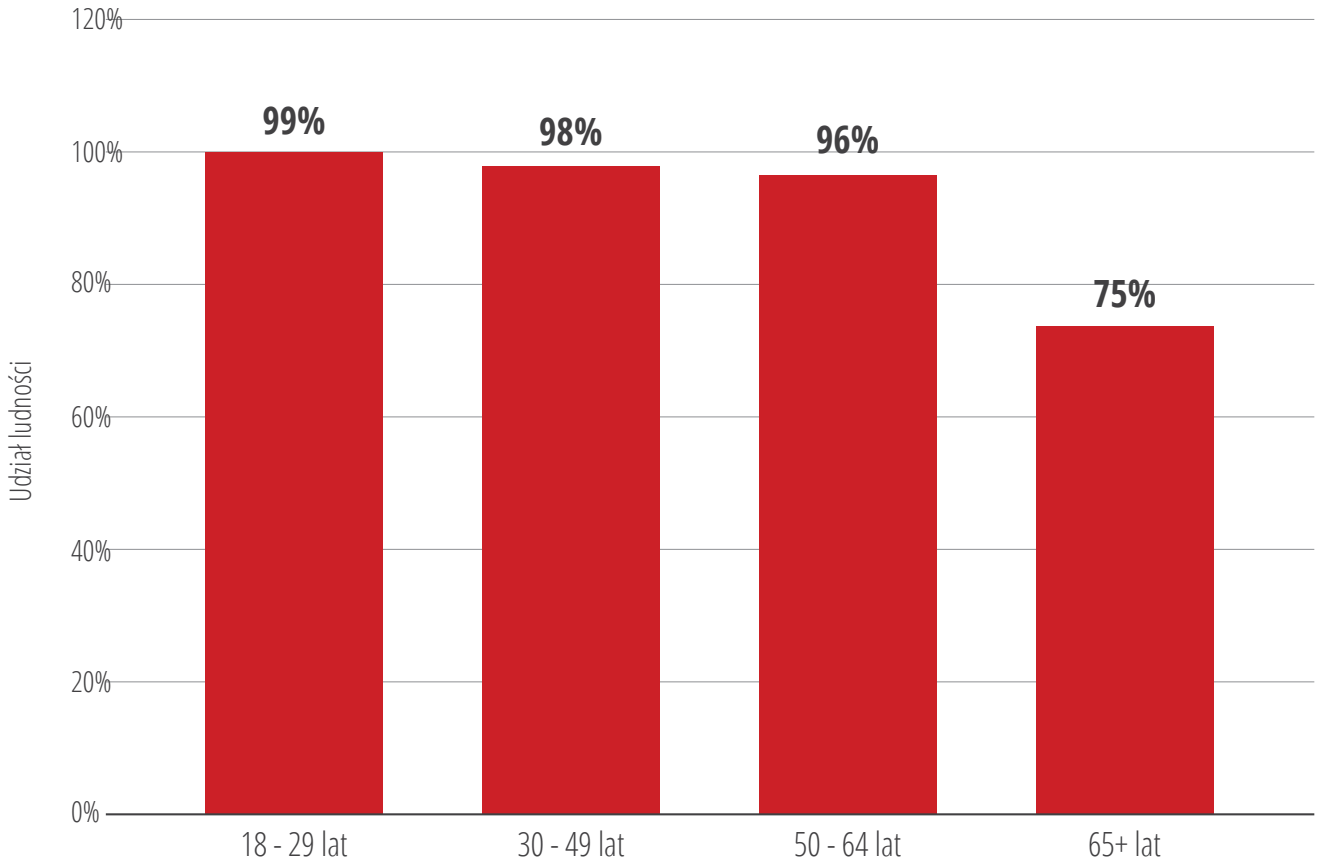
KIOSKI SAMOOBSŁUGOWE - CHWILOWA MODA CZY PRZYSZŁOŚĆ SPRZEDAŻY?

POKOLENIE Y CORAZ WIĘKSZĄ GRUPĄ DOCELOWĄ

Osoby urodzone pomiędzy 1980 a 2000 rokiem należą do grupy Millenialsów (inaczej nazywanych pokoleniem Y), którzy są znaczącą grupą odbiorców dla większości biznesów. Badania przeprowadzone w lutym 2019 roku przez Statista[3] pokazują, że 48% z nich „jest online" przez większość czasu. Spędzają średnio 211 minut dziennie na korzystaniu z aplikacji i internetu poprzez smartfony. Średnio 63 razy dziennie odblokowują telefon, a pokolenie Z dochodzi nawet do 79 razy!

Korzystanie z internetu i nowych technologii w 2021 roku jest wysokie dla prawie każdej grupy wiekowej, co ukazuje wykres poniżej[4]. Przyzwyczajenie do technologii, indywidualnego podejścia i szybkiego dostępu do informacji sprzyja inwestowaniu w zakup kiosków samoobsługowych. Mimo, że przywołane badania dotyczą Stanów Zjednoczonych, trend ten widoczny jest również w innych krajach.

ODSETEK DOROSŁYCH W STANACH ZJEDNOCZONYCH KORZYSTAJĄCYCH Z INTERNETU W 2021 r. WEDŁUG GRUP WIEKOWYCH



Data wydania
Kwiecień 2021

Region
Stany Zjednoczone

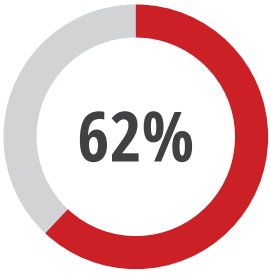
Okres ankiety
2021

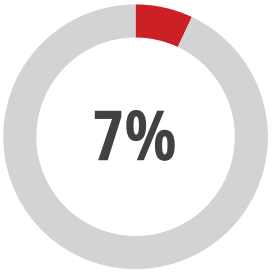
Grupa wiekowa
18 lat i więcej

PŁATNOŚCI GŁÓWNIE BEZGOTÓWKOWE

W listopadzie 2020 roku firma Visa Navigate opublikowała artykuł[5], który koncentruje się na tym kiedy nowe zachowanie przechodzi w trwałe przyzwyczajenie. Dodatkowo jednak mówi o nowych przyzwyczajeniach konsumentów i o tym, jaki wpływ miała na to pandemia COVID-19. Wydarzenia z 2020 roku pokazują nam, że świat do którego zostaliśmy przyzwyczajeni może się zmienić. Nagle znajdujemy się w niepewnym i niestabilnym świecie, w którym musimy się niezwykle szybko odnaleźć. Jest to taki moment, w którym każdy z nas musi na nowo przemyśleć jak funkcjonować. COVID-19 przyczynił się pośrednio do zwiększenia zaufania wobec płatności bezkontaktowych przy użyciu karty. Coraz mniej osób chce płacić gotówką czy te gotówkę przy sobie ma. To świetna wiadomość dla właścicieli biznesów, którzy zainwestowali (lub chcą to zrobić w najbliższym czasie) w kioski samoobsługowe. Płatności kartą zwiększają szansę na skorzystanie z samodzielnego stanowiska sprzedażowego.

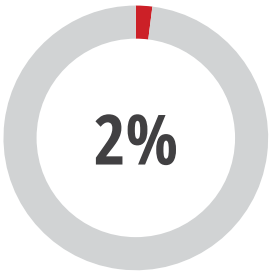
W Polsce również widać wzrost płatności bezgotówkowych. Według badania „Płatności bezgotówkowe oczami Polaków 2020”[6], zrealizowanego na zlecenie Warszawskiego Instytutu Bankowości (WIB) w ramach kolejnej edycji kampanii „Warto Bezgotówkowo” aż **62% badanych najczęściej korzysta z płatności kartą.**





Dodatkowo, aż **7% korzysta z płatności za pomocą urządzenia (np. smartwatch).**

Zaledwie **2% respondentów powiedziało, że nie korzysta z płatności kartą.**



Płatności bezgotówkowe są nie tylko znacznie wygodniejsze, ale w czasie pandemii okazało się również, że znacznie bezpieczniejsze.

JESTEŚMY BARDZIEJ ELASTYCZNI

McKinsey&Company w raporcie na temat "Perspectives on retail and consumer goods"[7] wskazuje na kilka zmian, które dokonały się w konsumentach i ich zachowaniu ze względu na ostatni, dość wymagający, 2020 rok. Wielu użytkowników przekonało się do robienia zakupów online, również w obszarach, w których wcześniej z nich nie korzystali. E-commerce mocno rozbudował się w dziedzinie zakupów spożywczych, które wcześniej były dokonywane tradycyjnymi kanałami. Konsumenci doceniają również nowe formy robienia zakupów. Im bardziej jesteśmy otwarci i gotowi sprostać oczekiwaniom klientów, tym bardziej nas docenią. Nowymi koncepcjami na najbliższych kilka lat może być odbiór wcześniej zamówionych zakupów przed lub w sklepie stacjonarnym, model drive-thru w sklepach czy oczywiście dostawy do domu.

Z raportu wynika również, że aż ponad 60% globalnych konsumentów zmieniło zachowania zakupowe, wielu z nich ze względu na wygodę. Udajemy się do sklepów, które są bliżej miejsca zamieszkania czy oferują dogodny sposób dokonywania zakupów. Ograniczenie kontaktów międzyludzkich i wzrost płatności bezgotówkowych wpływa pozytywnie na zainteresowanie klientów nowymi rozwiązaniami, którym może być m.in. kiosk samoobsługowy. Przenikanie granic pomiędzy online i offline nigdy nie było bardziej widoczne.

60%
globalnych konsumentów zmieniło zachowania zakupowe

Raport KPMG „Nowa rzeczywistość: konsument w dobie COVID-19. Jak zmieniły się zwyczaje zakupowe Polaków w czasie koronawirusa?"[8] również zapewnia ciekawe informacje. Opracowanie pokazuje, że czynnikiem, który zyskał na znaczeniu w trakcie pandemii jest oczywiście bezpieczeństwo (58% więcej Polaków zwraca na to uwagę), ale już na drugim miejscu jest łatwość dokonywania zakupów (zyskała na ważności o 41%). Marki muszą w wielkim stopniu zacząć zwracać uwagę na to, jak łatwo i szybko można zrobić zakupy w ich sklepie.

60%
klientów niekorzystnie ocenia kolejki do kas, które utrudniały zachowanie bezpiecznych odległości

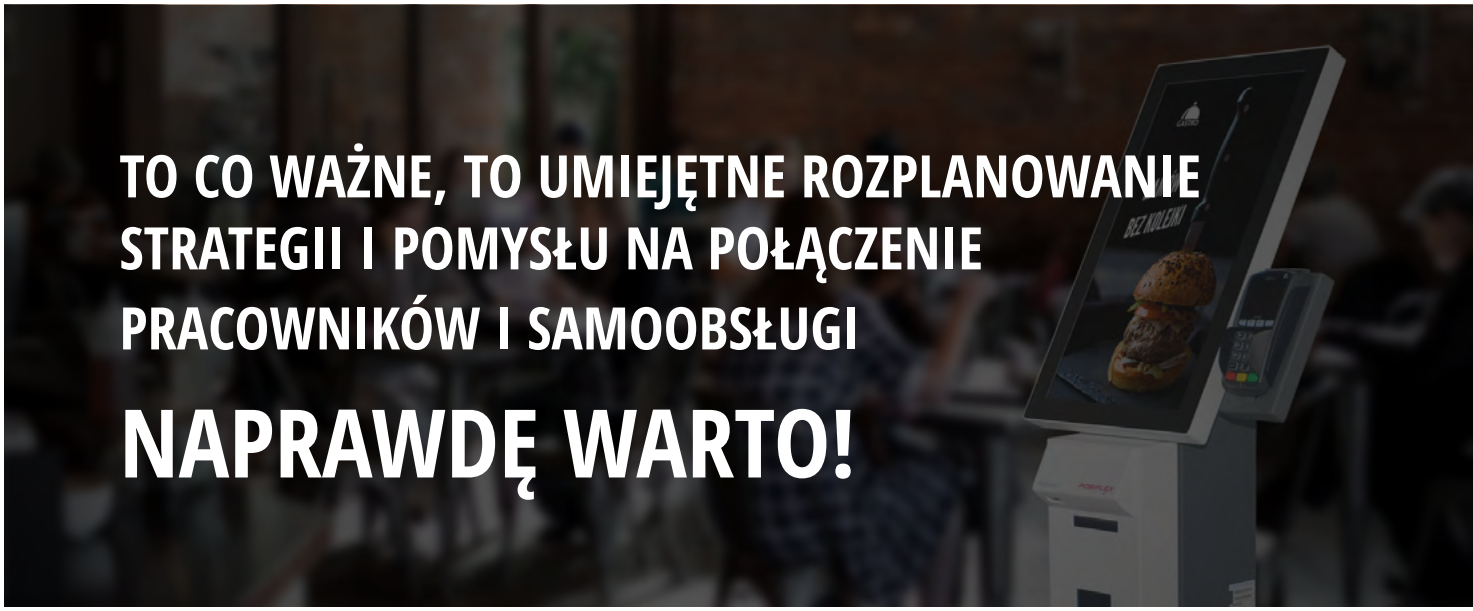
Dodatkowo, warto zwrócić uwagę na czynniki, które wpływały niekorzystnie na opinię klientów po wizycie w sklepie. Aż 60% wskazało na kolejki do kas, które utrudniały zachowanie bezpiecznych odległości. 21% z badanych uważa, że sprzedawcy stacjonarni powinni się skupić na innowacyjności produktów i usług, a 29% postawiłoby na budowanie pozytywnych doświadczeń klienta.

Z badania przeprowadzonego przez UCE Research i SYNO Poland wynika, że aż 66,1% osób chce zwiększenia liczby kas samoobsługowych w sklepach. Widać tu wpływ pandemii – stanowiska samoobsługowe pozwalają w końcu zmniejszyć kontakt z innymi osobami, a także przyspieszyć obsługę.

SAMOOBSŁUGA TO NIE BRAK OBSŁUGI

Pierwsze skojarzenie z wprowadzeniem kiosków samoobsługowych do firmy może być niekorzystne – zastąpienie czynnika ludzkiego czy spadek zatrudnienia. Tymczasem wprowadzenie samoobsługi wcale nie musi oznaczać rezygnacji z pracowników etatowych. Personel dalej jest i będzie potrzebny w tych przedsiębiorstwach. To człowiek najlepiej doradzi klientom i pomoże rozwiązać ich problemy. Pracownicy będą mieli więcej czasu na wsparcie i ulepszenie doświadczenia zakupowego klientów na wcześniejszym etapie. Lepsza dostępność towarów i osób, które o nich opowiedzą i podpowiedzą co wybrać, wpłynie korzystnie na sprzedaż, a brak oczekiwania w długiej kolejce dzięki stanowiskom samoobsługowym, zwiększy zadowolenie klientów.

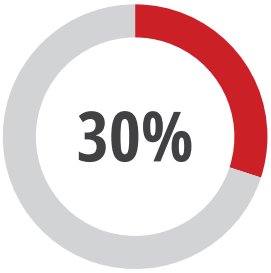
Zastosowanie kas samoobsługowych korzystnie wpłynie na czas spędzony przy kasie, pozwoli zamówić więcej w restauracji czy namówi do zamówienia popcornu w wyjątkowej cenie w kinie, ale nigdy nie zastąpi kontaktu z prawdziwym człowiekiem. Korzyści z zastosowania technologii są powszechnie znane, ale nie można zrezygnować z pracowników etatowych, o czym wspomina Steve Curtin w swoim artykule „Self-service does not mean no service”[9].



Rozważania na temat wpływu kiosków[10] samoobsługowych na personel trwają od dawna. Na przestrzeni roku pojawiły się dwa artykuły na portalu Business Insider o totalnie innym wydźwięku. W 2016 roku wieścili czarne scenariusze, by już w 2017 roku zauważyć, jak szybko restauracje dostosowały się do nowej rzeczywistości i znaleźli dla swoich pracowników zupełnie nowe zajęcia. Samoobsługa daje im możliwość nawiązywania kontaktów. Rozwój biznesu i wzrost konkurencyjności firmy po zainwestowaniu w nowe technologie może wręcz stwarzać przestrzeń na zupełnie nowe stanowiska i potrzebę zwiększenia zatrudnienia.

WYŻSZY ŚREDNI RACHUNEK PRZY WYKORZYSTANIU KIOSKÓW

McDonald 's zauważył korzyści z wykorzystania kiosków już wiele lat temu. W 2004 roku przeprowadzili eksperyment, który ukazał, że klienci w kioskach wydają średnio o 30% więcej niż przy korzystaniu z tradycyjnej kasy. Taco Bell[11], na konferencji dla inwestorów, ogłosił, że zamówienia składane za pośrednictwem nowej aplikacji są o 20% większe, głównie ze względu na wybór dodatkowych składników.



klienci w kioskach wydają średnio o 30% więcej niż przy korzystaniu z tradycyjnej kasy



zamówienia składane za pośrednictwem nowej aplikacji są o 20% większe

Dlaczego klienci w kiosku wydają więcej? Odpowiedź to zarówno UI (user interface), jak i UX (user experience). Dobrze zaprojektowany interfejs kiosku pozwoli zwiększyć średnią wartość rachunku na każdym kliencie. Z artykułu "The bacon and cheese effect: The psychology behind why you spend more at the kiosk"[12] możemy wyciągnąć kilka ważnych wskazówek. Po pierwsze, odpowiednie zaprojektowanie i uszeregowanie pozycji w menu pozwoli sprzedawać opcje droższe jako pierwsze. Klienci będą bardziej zainteresowani pierwszymi opcjami które zobaczą, ponieważ każda kolejna będzie wypadała niekorzystnie w porównaniu z początkowymi. Kiosk za każdym razem jest w stanie zaproponować większy zestaw lub dodatkowe pozycje z menu. Brak osądzania ze strony kasjera czy brak ludzi oczekujących w kolejce sprawia, że klienci chętniej się decydują. Odpowiednio zaprojektowane menu pozwoli skoncentrować uwagę klientów na produktach, które chcemy sprzedawać częściej. Badania pokazują również, że klienci dotykając produkty na ekranie, są zdecydowanie bardziej chętni do ich kupienia. To kilka aspektów z UI, na które zdecydowanie powinno się zwrócić uwagę.

Pojawiło się również badanie[13], które ukazuje, że właściciele sklepu z alkoholami po wprowadzeniu sprzedaży samoobsługowej zauważyli, że udział w rynku artykułów trudnych do wymówienia wzrósł o 8,4%. Naukowcy doszli do wniosku, że konsumenci mogli się obawiać, że zostaną niezrozumiani lub negatywnie osądzeni. Przejście do sprzedaży samoobsługowej zlikwidowało te obawę.

A ZATEM DODATKOWYM CZYNNIKIEM PRZEMAWIAJĄCYM ZA KIOSKAMI JEST LIKWIDACJA BARIERY SPOŁECZNEJ.

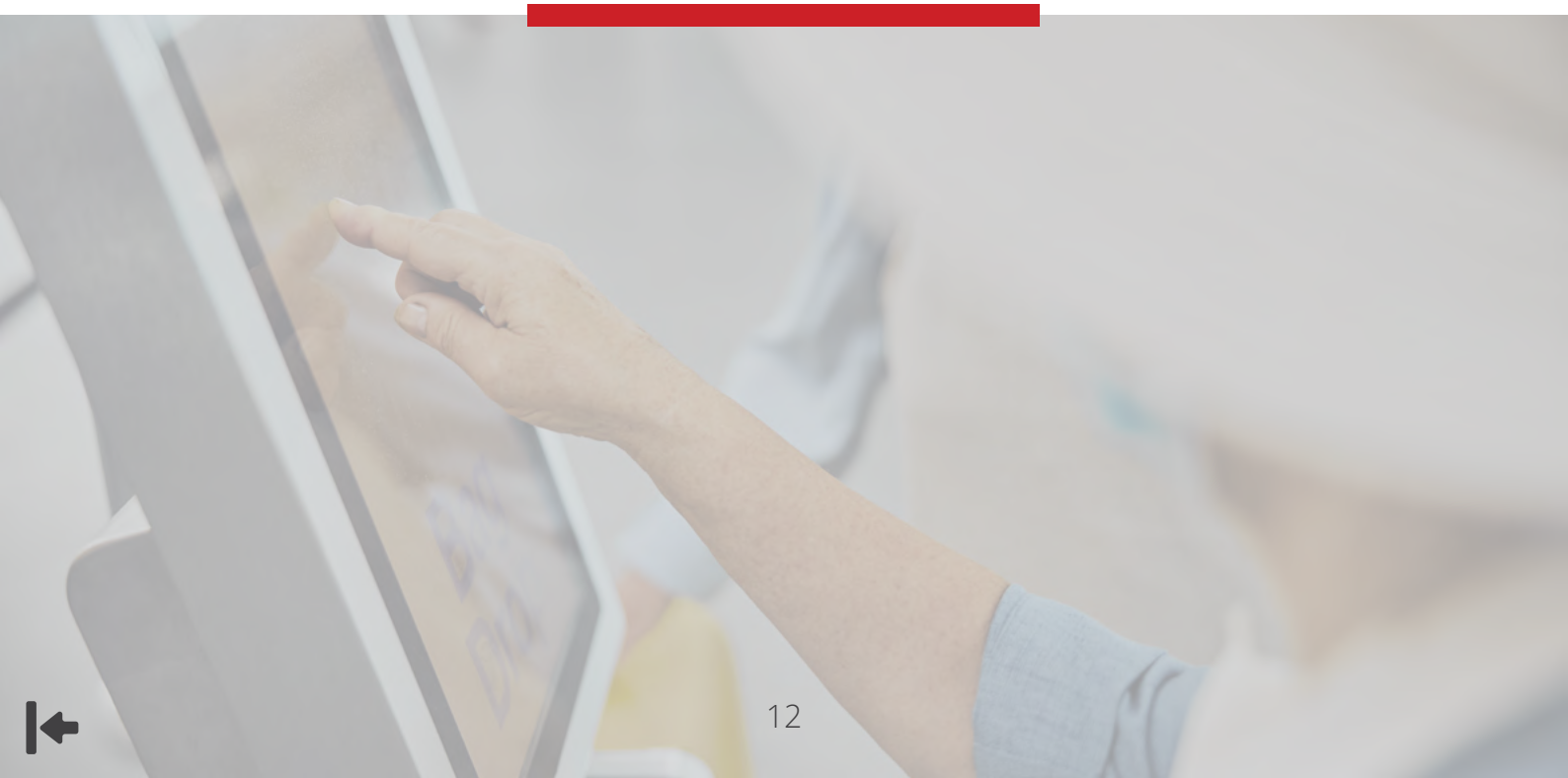
DŁUGIE KOLEJKI ODSTRASZAJĄ KLIENTÓW

Badania z 2011 roku pokazują, że redukcja czasu obsługi o zaledwie 7 sekund w restauracjach szybkiej obsługi może spowodować wzrost udziału w rynku tej firmy od 1% do aż 3%.[14] Natomiast według badania przeprowadzonego przez Tillster[15] w 2018 roku, zbyt wysoka liczba klientów w kolejce jest w stanie sprawić, że zrezygnują oni z zakupów. 57% badanych potwierdza, że zrezygnuje, jeśli w kolejce przed nimi będzie 5 osób, 71% - przy 7 klientach w kolejce, a jeśli przed czeka aż 10 osób – 91% badanych nie będzie czekało na swoją kolej. Dodatkowo, jeśli w kolejce do tradycyjnej kasy jest 5 osób, 75% badanych twierdzi, że skorzysta z kiosku samoobsługowego.

57%
osób zrezygnuje z zakupów, jeśli w kolejce przed nimi będzie **5 osób**

71%
osób zrezygnuje z zakupów, jeśli w kolejce przed nimi będzie **7 osób**

91%
osób zrezygnuje z zakupów, jeśli w kolejce przed nimi będzie **10 osób**



CZY OBECNOŚĆ KIOSKU MA WPŁYW NA DECYZJĘ KLIENTÓW?

W maju 2020 roku pojawił się wpis na stronie Nuvolo[16], w której wspominają, że zależnie od wieku respondentów, obecność kiosku samoobsługowego ma wpływ na decyzje zakupowe klientów. Przeprowadzone ankiety ukazują liczbę uczestników chętniej odwiedzających restaurację, która posiada kiosk:

18 – 24 LATA

70%

25 – 34 LATA

65%

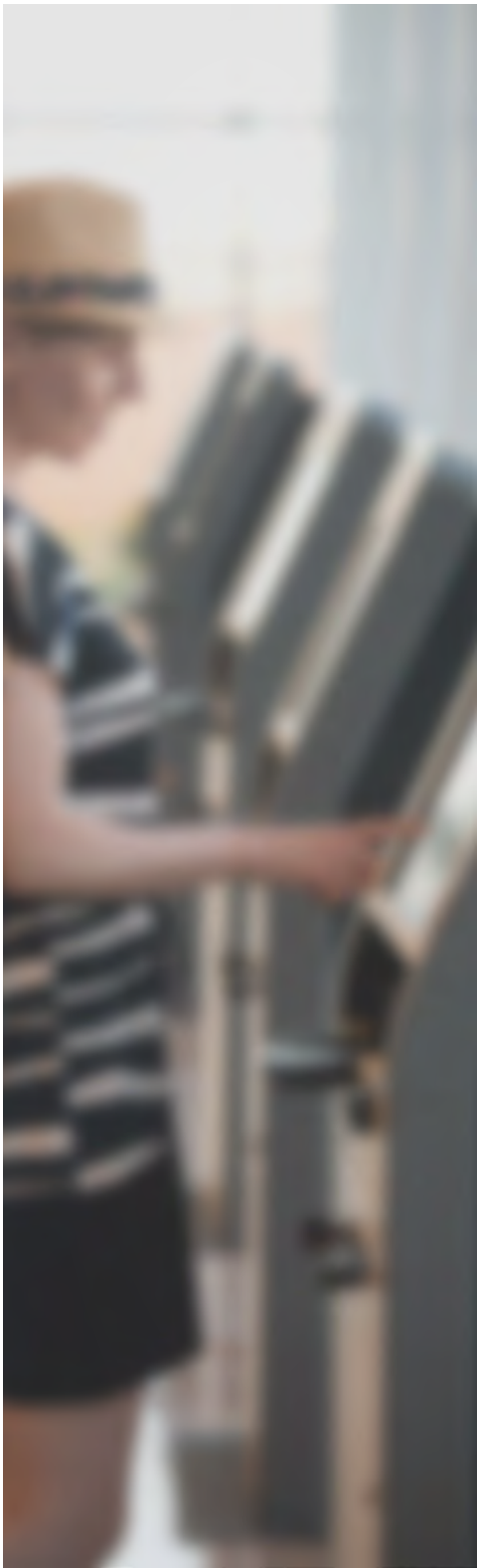
45 – 54 LATA

60%

55+

40%

Młode pokolenie najchętniej korzysta z tego typu urządzeń i bardzo chętnie samodzielnie składa zamówienia. Jednak to, co obiecujące to fakt, że starsze grupy docelowe także doceniają transakcje z wykorzystaniem kiosków samoobsługowych. To nie tylko szybkie rozwiązanie, ale również bardzo komfortowe.



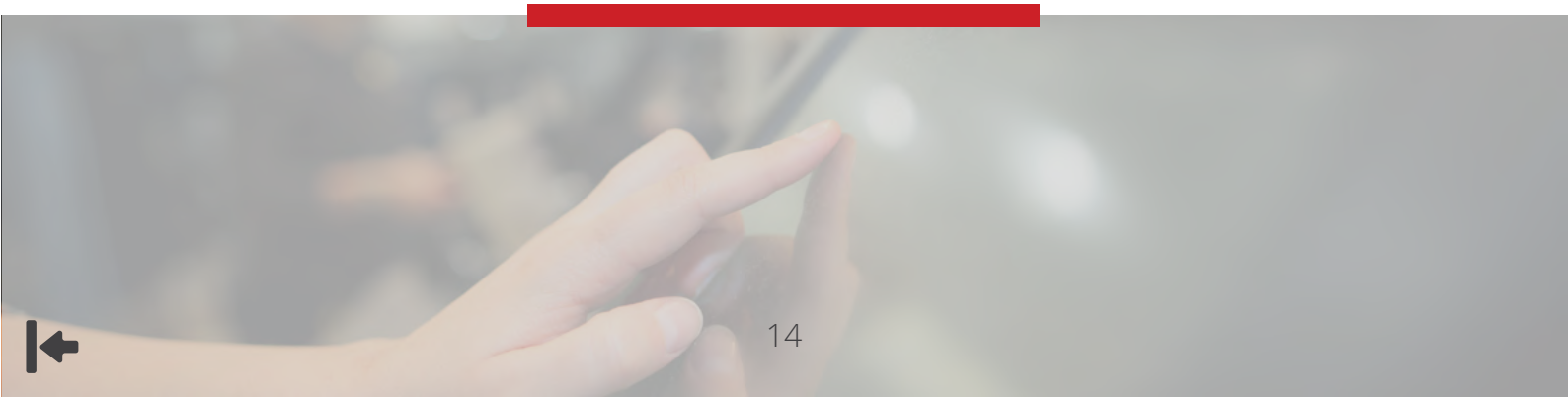
CO NAS IRYTUJE I JAK TO WYKORZYSTAĆ?

Oczywiście kasy samoobsługowe nie mają samych zalet. W 2015 roku zostało opublikowane badanie[17], które pokazuje, co irytuje konsumentów w kioskach sprzedażowych. Wypisane cztery czynniki pokazują wskaźniki w stosunku do płci i wieku konsumentów. A więc, co nas irytuje?

Przede wszystkim niepoprawne działanie urządzeń. Rozwiązanie, które ma przyspieszyć obsługę, a zamiast tego ciągle się zacina? Na dodatek design systemu jest niejasny i nie wiadomo jak się nim posługiwać? Inwestując w kioski musimy wziąć pod uwagę jakość sprzętu, specyfikację techniczną i dostosowanie parametrów do naszej aplikacji sprzedażowej. Nie ma sensu na tym oszczędzać. Może to przynieść jedynie więcej późniejszych kosztów lub nietrafionych inwestycji, a również przysporzyć firmie wielu niezadowolonych klientów. A przecież zupełnie nie o to w tym chodzi.

Kolejne dwa czynniki są ze sobą powiązane – osoba przede mną robi zakupy zbyt długo oraz mam problem z zakupami, a nie ma nikogo z obsługi. Jak już wspominaliśmy, samoobsługa to nie brak obsługi. Przy kasach samoobsługowych powinna być dostępna osoba z personelu, która pomoże w razie problemów i szybko wytłumaczy co zrobić. Takie wsparcie jest nieocenione i warto z tego nie rezygnować.

I w ten sposób przechodzimy do ostatniego czynnika, którym jest trudność w zorientowaniu się, jak używać urządzenia. To niestety częsty problem. Firma inwestuje w kioski, spodziewa się szybkich rezultatów, ale nie poinformuje swoich klientów o możliwości skorzystania z takiego rozwiązania czy niedostatecznie wspiera w ich wykorzystaniu. Edukacja klientów to ważny aspekt, na który powinniśmy zwrócić szczególną uwagę. Przy stosunkowo niedużym nakładzie pracy oferuje wspaniałe efekty końcowe. Dedykowanie jednej czy dwóch osób, które na początku poinformują klienta o możliwości skorzystania z kas samoobsługowych i które będą wspierały przy przejściu tego procesu, szybko wykształci nowe nawyki wśród konsumentów.





BRANŻE: PRZYKŁADOWE ZASTOSOWANIE I KORZYŚCI

Kioski samoobsługowe to wszechstronne urządzenia, które jesteśmy w stanie dopasować do potrzeb praktycznie każdego biznesu. Urządzenia te, w pełni konfigurowalne, mogą zostać rozszerzone o wiele urządzeń peryferyjnych i sprawdzić się wszędzie tam, gdzie dochodzi do sprzedaży produktów lub usług. Poniżej prezentujemy przykładowe zastosowanie kiosków sprzedażowych w różnych branżach oraz korzyści jakie z tego wynikają. Sprawdź, czy znajdziesz coś dla siebie.

GASTRONOMIA

Przyspiesz obsługę

Kiosk sprzedażowy zapewnia szybszą obsługę klientów w lokalu gastronomicznym, zwłaszcza w godzinach szczytu. Gwarantuje to większą liczbę obsłużonych i zadowolonych klientów. Kiosk może również pełnić funkcję jedynego stanowiska sprzedażowego, zarówno przez cały dzień, jak i w wybranym okresie (np. jedynie w godzinach nocnych).

Zwiększ średnią wartość rachunku

Dzięki zastosowaniu technik cross-selling i up-selling, a także przemyślanych i dopracowanych akcji rabatowych kiosk jest w stanie pomóc w zwiększeniu średniej wartości rachunku. Więcej czasu na podjęcie decyzji, brak stresu spowodowanego dłuższą kolejką czy zniecierpliwienia sprzedawcy, a także brak osądzenia przez osobę przyjmującą zamówienie sprawia, że klient może zamówić więcej, niż w trakcie zakupów w standardowym stanowisku sprzedażowym.

Zwiększ zadowolenie klientów

Szybsza obsługa i możliwość samodzielnego dokonania zamówienia zwiększa zadowolenie klientów. Klienci, dzięki dodatkowemu stanowisku sprzedażowemu, nie muszą stać w długich kolejkach, szybciej zamawiają i otrzymują to, czego chcą.

Zapewnij dodatkową powierzchnię reklamową

Kiedy nikt nie korzysta z kiosku może on wyświetlać filmy i zdjęcia z aktualnymi promocjami, a także nowościami w ofercie. Pozwoli to poinformować większą liczbę klientów o aktualnych rabatach, a w rezultacie może zwiększyć sprzedaż z akcji promocyjnych. Buduje również świadomość o nowych produktach w ofercie, o których ciężko się dowiedzieć korzystając z tradycyjnego stanowiska sprzedażowego (zwłaszcza w godzinach szczytu).

Usprawnij obsługę klientów zagranicznych

Dodanie w kiosku sprzedażowym różnych wersji językowych pozwoli usprawnić obsługę klientów zagranicznych.

HOTELE

Usprawnij pracę recepcji
Kiosk może być wykorzystany do samodzielnego zameldowania i pobrania klucza do pokoju. Przyspieszy to pracę w godzinach szczytu, ale również może to być jedyne stanowisko do meldowania gości w godzinach nocnych. Kiosk może również służyć do wymeldowywania gości.

Zaoferuj możliwość opłacenia pobytu i usług dodatkowych
Klienci korzystając z kiosku mogą rozliczyć swój pobyt, bez konieczności podchodzenia do recepcji. Zintegrowany system w hotelowej restauracji czy SPA pozwoli również rozliczyć korzystanie z usług dodatkowych w hotelu. Wszystko w jednym miejscu i podczas jednej transakcji.

Zwiększ zadowolenie klientów
Szybka obsługa wpływa znacząco na zadowolenie gości zarówno z pobytu, jak i pracy recepcji. Dając im dodatkowe samodzielne stanowisko sprawiasz, że obsługa odbywa się szybko i dokładnie wtedy, kiedy klient tego potrzebuje. Kiosk może również poprosić gościa hotelowego o wypełnienie ankiety. Pozwoli to lepiej poznać opinie klientów i jeszcze lepiej dopasować do nich swoją ofertę.

Zaoferuj możliwość rezerwacji
Klient w kiosku może również dokonać rezerwacji zabiegu w hotelowym SPA, miejsca w restauracji hotelowej lub złożyć rezerwację na kolejny pobyt.

Daj się poznać klientom
Poza funkcją sprzedażową, kiosk może być również stanowiskiem informacyjnym. Umieść informacje o swojej ofercie, pakietach specjalnych, ale również najbliższej okolicy i wydarzeniach, w których warto wziąć udział.

RETAIL

Pozwól klientom na samodzielne zakupy
Kiosk samoobsługowy może służyć jako samodzielne stanowisko sprzedażowe. Klient może podejść, zeskanować swoje zakupy, a następnie dokonać płatności. To jedna z najpopularniejszych, ale nie jedynych form samodzielnych zakupów. Wyposażenie klienta przy wejściu do sklepu w czytnik kodów lub aplikację na telefon umożliwi mu skanowanie produktów już w trakcie wkładania zakupów do koszyka. Przy wyjściu ze sklepu klient podchodzi do kiosku, łączy czytnik i płaci za swoje zakupy.

Zapewnij możliwość zamówienia produktów niedostępnych w sklepie
Zapewnij klientom możliwość zamówienia produktu niedostępnego stacjonarnie – może złożyć zamówienie z dostawą lub odbiorem w sklepie, a także od razu zrealizować płatność. Klient nie musi rezygnować z zakupu, jeśli danego produktu chwilowo nie ma w danej lokalizacji.

Zwiększ zadowolenie klientów
Kiosk sprzedażowy zapewnia szybszą obsługę, dzięki czemu zwiększa zadowolenie klientów i wpływa korzystnie na ich lojalność.

Poinformuj klienta o nowościach i promocjach
Kiosk zapewnia dodatkową przestrzeń reklamową w momencie, kiedy nikt z niego nie korzysta. Wygaszenie ekranu i zaprezentowanie aktualnej oferty promocyjnej czy nowości w ofercie zwiększa zainteresowanie klientów.

Zwiększ lojalność klientów
Kiosk może również służyć do zapisywania do programów lojalnościowych, przez co pośrednio pomoże zwiększyć lojalność klientów. Dodatkowo, po zakończonych transakcjach może zapraszać do wzięcia udziału w ankietach, które pozwolą lepiej poznać oczekiwania grupy docelowej.

Zapewnij dodatkowe wsparcie na stanowiskach wewnątrz sklepu
Kiosk może pełnić również wsparcie stanowisk wewnątrz sklepów wielkopowierzchniowych. Zastosowanie kiosków przy ladach z mięsem czy serami pozwoli klientom wybrać odpowiedni produkt i gramaturę, a następnie udać się z wydrukiem do osoby, która wyda zamówiony produkt.

FITNESS I GABINETY KOSMETYCZNE

Zapewnij możliwość zakupu karnetu lub jednorazowego wejścia
Klienci z pomocą kiosku samoobsługowego mogą przedłużyć karnet na najbliższy miesiąc i od razu go opłacić, ale także zakupić jednorazowe wejście czy wizytę w gabinecie kosmetycznym.

Zaoferuj wsparcie dla recepcji
Kiosk, jako dodatkowe stanowisko, wspomaga pracę recepcji w godzinach szczytu lub po jej zamknięciu. Kiosk może być jedynym stanowiskiem w godzinach nocnych w siłowniach otwartych całą dobę.

Zaproponuj możliwość rezerwacji kolejnych zajęć
Klient może samodzielnie zarezerwować udział w kolejnych zajęciach w kiosku samoobsługowym lub zarezerwować kolejną wizytę w gabinecie kosmetycznym.

Zwiększ zadowolenie klientów
Szybsza obsługa i możliwość samodzielnego dokonania zamówienia zwiększa zadowolenie klientów.

Daj możliwość zrobienia samodzielnych zakupów
Klienci mogą samodzielnie zakupić produkty oferowane w Twoim gabinecie kosmetycznym. Użyty szampon czy odżywka dodana do koszyka i opłacona w kiosku gwarantuje szybkie zakupy i zwiększy zadowolenie klientów.

Zwiększ lojalność klientów
Kiosk może również służyć do zapisywania klientów do programów lojalnościowych, przez co pośrednio pomoże zwiększyć lojalność klientów. Dodatkowo, po zakończonych transakcjach może zapraszać do wzięcia udziału w ankietach, które pozwolą lepiej poznać oczekiwania grupy docelowej.

KINA I TEATRY

Zapewnij samodzielny zakup biletów lub odebranie zamówionych
Klient może samodzielnie zakupić bilet i wybrać swoje miejsce na sali lub odebrać wcześniej zamówione i opłacone bilety. To znacznie przyspiesza obsługę klientów, zwłaszcza w godzinach szczytu. Kiosk może również pozwolić na zakup voucheru do kina czy teatru.

Zaoferuj możliwość zamówienia przekąsek
Klienci mogą zamówić jednocześnie także popcorn i napój, które będą już czekały na odbiór w wyznaczonym do tego miejscu. Dzięki odpowiedniemu wydrukowi ominie ich cała kolejka przy stanowisku z przekąskami.

Osiągnij większą średnią wartość rachunku
Dzięki podpowiadaniu produktów powiązanych kiosk daje możliwość zwiększenia średniej wartości rachunku. Wyświetlanie odpowiednich opcji dodatkowych czy propozycji nieco droższego, ale wygodniejszego siedzenia pozwoli finalnie zwiększyć zyski przedsiębiorstwa.

Zwiększ zadowolenie klientów
Szybsza obsługa i możliwość samodzielnego dokonania zamówienia zwiększa zadowolenie klientów, którzy nie muszą stać w długich kolejkach. Zakup przekąsek od razu przy zakupie biletów pozwala obsłudze od razu przygotować zamówienie i skrócić czas oczekiwania na produkty.

Zwiększ lojalność klientów
Kiosk może dodatkowo być wykorzystywany do zapisywania klientów do programów lojalnościowych, przez co pośrednio pomoże zwiększyć przywiązanie klientów. Dodatkowo, po zakończonych transakcjach może zapraszać do wzięcia udziału w ankietach, które pozwolą lepiej poznać oczekiwania grupy docelowej.

MEDYCYNA

Zapewnij możliwość zarezerwowania wizyty u lekarza
Pacjenci przychodni mogą w kiosku zarezerwować samodzielnie termin na kolejną wizytę. Dzięki dostępowi do pełnego kalendarza proces ten przebiega dużo szybciej niż podczas rozmowy z recepcjonistką.

Zagwarantuj wsparcie dla recepcji
Kiosk wspomaga pracę recepcji w godzinach szczytu lub po jej zamknięciu. Umożliwia także opłacenie zrealizowanej wizyty.

Zapewnij dostęp do pełnej oferty przychodni
Dodatkowe stanowisko może również pełnić funkcję informacyjną. Dostęp do pełnej oferty przychodni ułatwi rejestrację pacjentów do wybranego lekarza.

Pozwól na szybką rejestrację nowego pacjenta
Kiosk samoobsługowy może służyć również do rejestracji nowych pacjentów od razu na miejscu. Pozwoli zminimalizować konieczność drukowania formularzy i ograniczy zużycie papieru w przychodni.

Pozwól na samodzielne poinformowanie o przybyciu do przychodni
Kiosk pozwala pacjentom samodzielnie zaznaczyć, że są już na miejscu. Kiosk może wydrukować numerek dla danego pacjenta, co nie tylko przyspieszy i usprawni wejście do lekarza, ale jest zgodne z RODO (brak konieczności zapraszania pacjentów po nazwisku).

DOSTĘPNE MODELE

W ofercie Posiflex na ten moment dostępne są kioski z dwóch serii: TK oraz EK.



SERIA EK

EK - 2110



Modułowe rozwiązanie
możliwość zdecydowania o konfiguracji sprzętowej i wersji montażu

Montaż
wolnostojący lub nablatowy

Ekran
dotykowy, 21” z możliwością zmiany orientacji

Powłoka antybakteryjna
możliwość pokrycia ekranu powłoką antybakteryjną

System
Android 9.0 / Android 10.0 ze wsparciem usług Google

Peryferia
czujnik zbliżeniowy, kamera, głośniki

Opcje rozbudowy
drukarka fiskalna, skaner 2D, NFC/RFID, WIFI, światło statusowe (dostępne przy ekranie pionowym), modem 4G LTE, wersja wolnostojąca

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ

EK - 2130



Modułowe rozwiązanie
możliwość zdecydowania o konfiguracji sprzętowej, a także wersji montażu

Montaż
wolnostojący lub nablatowy

Ekran
dotykowy, 21,5" z dodatkową możliwością zmiany orientacji

Wirtualna kasa fiskalna
wbudowana drukarka dedykowana na stanowiska jako wirtualna kasa fiskalna

System
Windows 7 lub 10 IoT

Peryferia
czujnik zbliżeniowy, kamera, głośniki

Opcje rozbudowy
drukarka fiskalna, skaner 2D, NFC/RFID, WIFI, światło statusowe (dostępne przy ekranie pionowym), modem 4G LTE, wersja wolnostojąca

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ

EK - 2150



Modułowe rozwiązanie
możliwość zdecydowania o konfiguracji sprzętowej, a także wersji montażu

Montaż
wolnostojący lub nablatowy

Ekran
dotykowy, 21,5” z dodatkową możliwością zmiany orientacji

Wirtualna kasa fiskalna
wbudowana drukarka dedykowana na stanowiska jako wirtualna kasa fiskalna

System
Windows 7 lub 10 IoT

Peryferia
czujnik zbliżeniowy, kamera, głośniki

Opcje rozbudowy
drukarka fiskalna, skaner 2D, NFC/RFID, WIFI, światło statusowe (dostępne przy ekranie pionowym), modem 4G LTE, wersja wolnostojąca

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ

SERIA TK

TK - 2111



Duże możliwości rozbudowy
m.in. skaner kodów, akceptor banknotów, dyspenser kart

Montaż
kiosk występuje w wersji stojącej i nablatowej

Ekran
dotykowy 21,5”
w rozdzielczości 1920 x 1080

System
Android 9.0 / Android 10.0
ze wsparciem usług Google

Łatwy dostęp
wszystkie elementy otwierają się z przodu zapewniając łatwy dostęp

Wirtualna kasa fiskalna
wbudowana drukarka dedykowana na stanowiska jako wirtualna kasa fiskalna

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ

TK - 2130



Powłoka antybakteryjna
możliwość pokrycia ekranu powłoką antybakteryjną

Montaż
kiosk występuje w wersji nablatowej i wolnostojącej

Duże możliwości rozbudowy
m.in. skaner kodów kreskowych, drukarkę fiskalną, akceptor banknotów

Wirtualna kasa fiskalna
wbudowana drukarka dedykowana na stanowiska jako wirtualna kasa fiskalna

System
Windows 7 / Windows 10 IoT

Ekran
dotykowy 21” FHD

Drukarka fiskalna
Posnet Thermal HD Online

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ

TK - 2150



Duże możliwości rozbudowy
m.in. dyspenser kart, dyspenser pagerów, drukarka fiskalna

Montaż
wolnostojący lub nablatowy

Ekran
dotykowy 21" FHD
w orientacji pionowej

Wirtualna kasa fiskalna
wbudowana drukarka dedykowana na stanowiska jako wirtualna kasa fiskalna

System
Windows 10 IoT

Skaner kodów
2D

Drukarka fiskalna
Posnet Thermal HD Online

ZOBACZ PEŁNĄ SPECYFIKACJĘ



DLACZEGO POSIFLEX?

Niezwykle ważne jest zainteresowanie się tematem kiosków samoobsługowych już dzisiaj. Ten trend w Polsce dopiero się rozwija i jesteśmy pewni, że warto rozważyć te inwestycje teraz, a nie naśladować konkurencje później. Dlaczego jednak wybrać kiosk samoobsługowy od Posiflex? Czemu zdecydować się właśnie na tę firmę?

Firma Posiflex od ponad trzydziestu lat jest światowym liderem w produkcji sprzętu dla wielu sektorów, m.in. handlu, gastronomii, kin, hoteli, piekarni, stacji benzynowych, przemysłu, farmakologii czy logistyki. Specjalizuje się w systemach POS (point of sale), w których skład wchodzą terminale POS oraz powiązane z nimi urządzenia peryferyjne. W ofercie tej firmy znajdziesz również m.in. monitory dla klienta, terminale POSBOX, drukarki bonowe, szuflady na pieniądze, czytniki kart oraz kodów kreskowych i QR.

Długie doświadczenie w produkcji sprzętu dla wspomnianych branż i umiejętność wyposażenia pełnego i rozbudowanego stanowiska sprzedażowego było naturalnym motywatorem do rozszerzenia oferty o kioski. Posiflex zna potrzeby swoich klientów i wie, na czym się skoncentrować w tworzeniu swoich produktów. Wszystkie urządzania powstają według światowego certyfikatu jakości ISO 9001/14001. Wysoka jakość oraz rygorystyczne podejście do produkcji stawia firmę w czołówce światowych przedsiębiorców, którzy szczególnie dbają o poprawę niezawodności swoich produktów (testy HALT/HASS).

POSIFLEX W LICZBACH

DOŚWIADCZENIE

ponad

30 LAT

PRODUKCJA

ponad

90,000

stanowisk POS sprzedanych rocznie

ODDZIAŁY

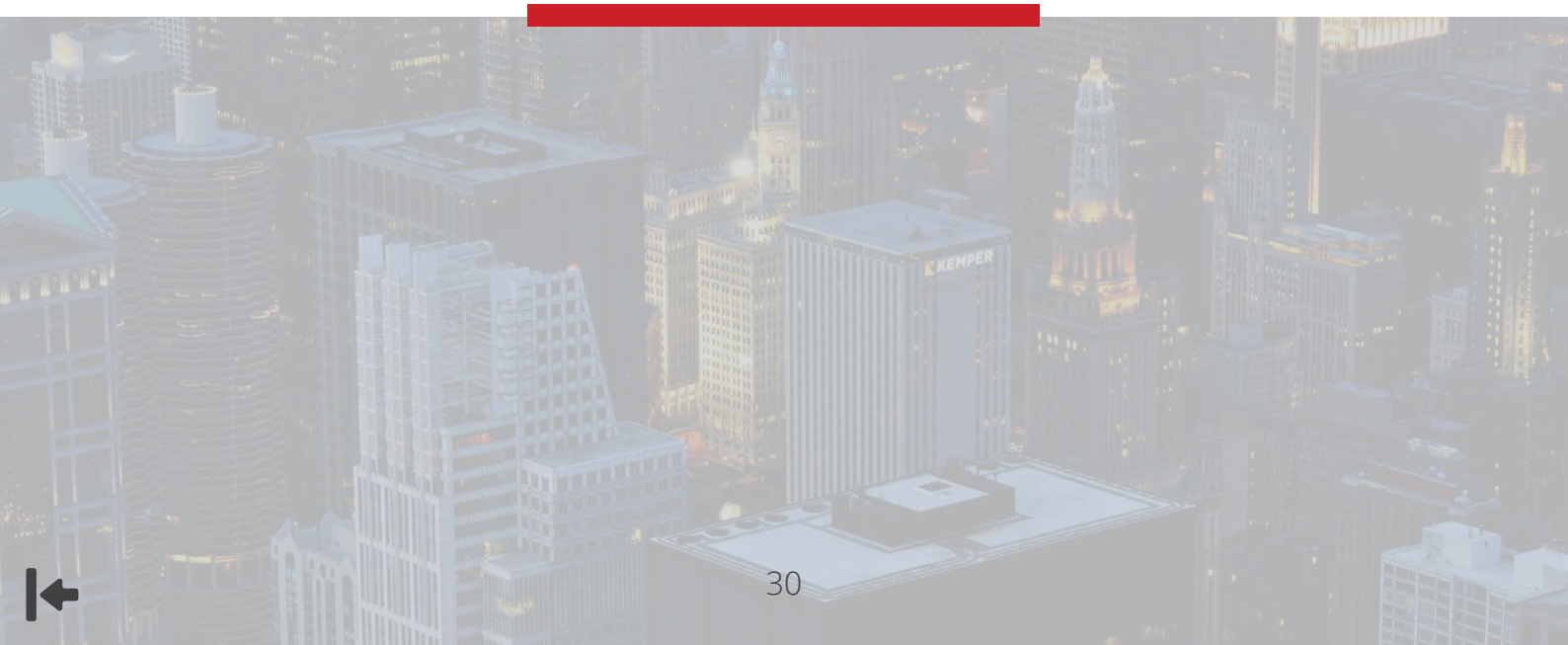
9

oddziałów regionalnych

SPRZEDAŻ

80

krajów



PODSTAWOWE INFORMACJE O POSIFLEX

- Cała produkcja (100%) wykonywana jest w fabrykach Posiflex na Tajwanie: od projektu płyty głównej przez sterowniki po gotowy produkt
- 15% pracowników wykonuje prace badawczo rozwojowe (R&D)
- ISO 9001/9002/14001/IECQ QC, certyfikowane laboratoria oraz doświadczona kadra specjalistów zapewnia najwyższą jakość produktów
- Posiflex posiada ponad 30 patentów: produktowych oraz technologicznych
- Produkty poddawane są testom odporności: termicznej do 50°, wilgotności, mechanicznym oraz wytrzymałości podzespołów

Test temp.

Test HASS

Test HALT
highly accelerated life test

Test wibracji

Polityka 4R

REWOLUCYJNA TECHNOLOGIA

Przez ostatnie 5 lat Posiflex wyprodukował najszybsze terminale dotykowe FAN FREE (chłodzone pasywnie).

ROZPOZNAWALNY SERWIS

Poziom pomocy serwisowej jest dla Posiflex jednym z najważniejszych działań. Dlatego kładziemy szczególny nacisk na jej profesjonalizm i szybkość.

ROZSĄDNE CENY

Posiflex jest jednym z 5 największych na Świecie dostawców terminali POS. Nasze ceny w porównaniu z konkurencją: Toshiba, NCR i Wincor-Nixdorf pozostają bardziej atrakcyjne.

REWOLUCYJNA JAKOŚĆ

Udział sprzedanych terminali z usterkami to poniżej 1% w pierwszym roku użytkowania. Jest to wynik dostępny tylko w sprzęcie POS. Jednak Posiflex nie ustaje w swych działaniach aby utrzymać jakość produktów.



ZAKOŃCZENIE

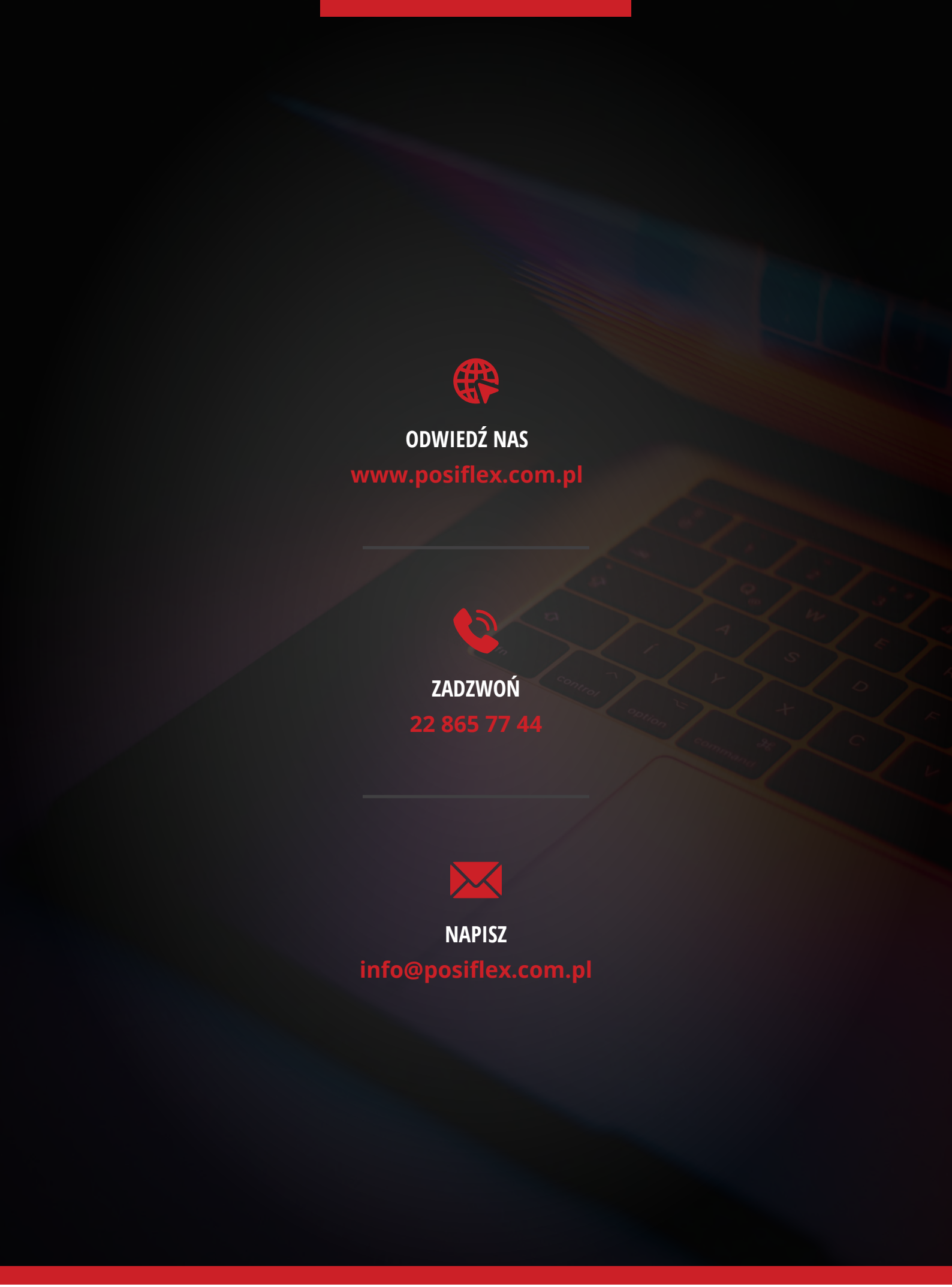
Kioski to doskonałe narzędzia, które pomogą w wielu biznesowych aspektach. Zdecydowanie warto w nie zainwestować. Warto jednak wybrać sprawdzoną firmę, która zna się na rzeczy. Nic nie odstraszy klientów od kiosków bardziej, niż ciągle zawieszające się urządzenia, które zamiast przyspieszyć obsługę, jedynie zwiększają frustrację. Wysoka awaryjność sprzętu sprawi, że kioski częściej będą w naprawie. A przecież nie tak powinno być.



Kiosk to inwestycja,
którą trzeba odpowiednio przemyśleć i zaplanować.
Posiflex jest w stanie pomóc na każdym etapie wdrożenia.

BIBLIOGRAFIA

1. https://www.statista.com/statistics/1017116/worldwide-interactive-kiosk-market/
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Interactive_kiosk
3. https://www.statista.com/topics/2576/us-millennials-internet-usage-and-online-shopping/
4. https://www.statista.com/statistics/266587/percentage-of-internet-users-by-age-groups-in-the-us/
5. https://navigate.visa.com/europe/navigating-the-new-normal/when-does-a-new-behaviour-become-permanent/
6. https://www.wib.org.pl/wp-content/uploads/2020/10/201021-platnosci-bezgotowkowe-oczami-polakow-2020-prezentacja.pdf
7. https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Perspectives%20on%20retail%20and%20consumer%20goods%20Number%208/Perspectives-on-Retail-and-Consumer-Goods_Issue-8.pdf
8. https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2020/09/pl-Raport-KPMG-Nowa-rzeczywistosc-konsument-w-dobie-COVID-19.pdf
9. https://www.stevecurtin.com/blog/self-service-does-not-mean-no-service/
10. https://www.kioskmarketplace.com/blogs/self-service-kiosks-perks-that-may-surprise-you/
11. https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-02-04/how-taco-bell-s-ordering-app-turns-extra-onions-into-real-money
12. https://www.qikserve.com/psychology_spend_more_at_kiosk/
13. http://www-2.rotman.utoronto.ca/~agoldfarb/socialtransactions.pdf
14. https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/msom.1110.0343
15. https://www.tillster.com/resources/self-service-kiosk-index-2018-q1
16. https://www.nuvolo.com/blog/the-growth-of-self-service-kiosks-good-or-bad/
17. https://www.consumerreports.org/cro/news/2015/04/the-pros-and-cons-of-supermarket-self-checkout/index.htm



ODWIEDŹ NAS

www.posiflex.com.pl

ZADZWOŃ

22 865 77 44

NAPISZ

info@posiflex.com.pl