



В настоящия брой на „Информационен бюлетин ИНТРАМА” ще откриете:

- **Стоящи пликосе – много** **стр.1**
- **Много възможности на достъпна цена** **стр.2**
- **Етикегираща машина за палети** **стр.3**
- **Webomatic ML7100 – големият помощник** **стр.4**
- **Инсталации за пушене, печене** **стр.5**
- **Комбинирани парни конвектомати GenuisT** **стр.6**
- **Как да представим по-добре замразените продукти** **стр.7**
- **Пазаруването по мобилния** **стр.9**

I. Новости в областта на опаковките

Стоящи пликосе – много изисквания, едно решение



Стоящите пликосе дават на производителите нови възможности за представяне на продуктите им и оптимизиране на пространството в търговските обекти. От маркетингова гледна точка, стоящите пликосе са изключителна възможност за диференциране на продуктите от тези на конкуренцията, със своята лесна употреба и максимален контакт с потребителя, тъй като стоящото положение на опаковката привлича вниманието на потребителя.

Независимо дали се използват за опаковане на хранителни продукти, които трябва да бъдат предпазени от влага и вредно външно влияние или се опаковат нехранителни продукти с необходимост от защита, стоящите пликосе предлагат най-добрата предпазна среда. Те намират широко приложение за пакетиране на продукти като: кафе, подправки, бонбони, ядки, сушени плодове, миксове за супи, гранулирани храни, препарати и торове за растителна защита и много други. Използвайки такива материали като метализирано фолио и високобарьерно фолио, стоящите пликосе са не само функционални (наличие на затварящ цип), но и впечатляващи със своята визия.





II. Новости в областта на технологиите и машините

Много възможности на достъпна цена

Електронна търговска везна Bizerba BC II



BC II 100 T/E



BC II 200F T/E



BC II 800 T/E

Оборудване и технически данни

Печатаща везна на Bizerba с елегантна, компактна конструкция.

Дисплей: двустранен, с подсветка, височина на цифрите 12 mm, 7-сегментен-LCD за тегло, основна цена, продажна цена, тара, допълнително LCD точкова матрица за 25-позиционен текст за артикула и рекламни информации

Клавиатура: Фолийна или бутонна клавиатура (опция) с 84 бутона, от които 30 функционални и 54 директни за артикули и/или други функции, рамка с 24 бутона за самообслужване за вграждане върху бутонна клавиатура (опция)

Принтер: Вграден графичен принтер за етикети, за печат на етикети и бонове с шина за откъсване на бонове. Резолюция на печата 8 Dot/mm, скорост на печата 102 mm/s, печат на лога, големи и малки букви, няколко вида и големини шрифтове, дължина на етикета макс. 145 mm, ширина на етикета макс. 58 mm

Датчик: Тензорен датчик, платформа от неръждаема стомана 336 x 270 mm,

Памет: 1 MB за 2000-6000 артикула с основна цена и 130/30 позиционен артикулен текст, динамично управляема

Програмируеми данни за артикул: Основна цена/цена на брой, означение на продукта, допълнителни текстове, стокова група, срок на годност, баркод, надписване на цена, тара, количество/бр., ценова база 100 g, lb, ¼ lb, данни за произход

Интерфейси: Връзка с касово чекмедже (стандарт) Ethernet-интерфейс за връзка с компютър за зареждане на данни и конфигурации, Wireless (опция)

Захранване: (- 10 + 6 %) 230 V, max. 250 mA, захранване с литиево-йонни батерии за зареждане от захранващия блок на везната за работа 20-25 часа и захранване посредством 12 V външен акумулатор със специален кабел – опционално.

Работна температура: -10° до + 40° C



Етикетираща машина за палети Bizerba GLM-P

Етикетирацията автомат за палети GLM-P 2S е:

- Перфектен за употреба при разнообразни нужди в интралогистичните процеси
- Безпроблемен за интеграция в процеси и съоръжения
- Перфектен за употреба като самостоятелен уред или като част от мрежа с по-високо поставени управленски и софтуерни концепции
- Лесно обслужваем



Принцип на работа

- Етикетът се отпечатва и се предава на въртяща се вакуумна ръка
- Чрез линейни устройства той се насочва автоматично към програмираната позиция на палета
- Така позиционираният етикет се апликира върху палета
- За двустранно етикетирание не е нужно придвижване на палета!



Производителност:

- 300 палета / ч (1-странно / 1 ниво)
- 180 палета / ч (2-странно / 1 ниво)
- 100 палета / ч (3-странно / 1 ниво)

* в зависимост от позициите на етикетите, скоростта на транспортиране и скоростта на печата

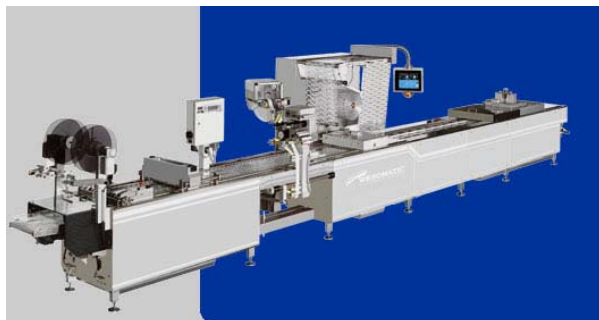


*2- странно етикетирание



Webomatic ML7100 – ГОЛЕМИЯТ ПОМОЩНИК

Webomatic ML7100 е идеалният уред за промишлено серийно производство на превъзходни термоформовани опаковки.



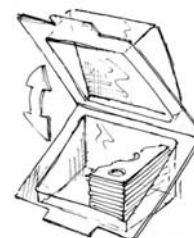
Благодарение на възможността за индивидуализиране на зоната за зареждане съобразно специфичните нужди на клиента и опцията за добавяне на автоматична дозираща система, прави модулния ML7100 изключително гъвкав уред. Това индустриално решение дава не само допълнителна зона за

автоматично зареждане и дозиране, но и гъвкава изходна зона с опции за поставяне на баркод или етикетиране на продукта.



Технически характеристики:

- **Управление:** Mitsubishi серво управление, електронно управляемо;
- **Размери:** в зависимост от изпълнението;
- **Вакуум помпа:** 100, 160, 250, 400, 630, 1000 m³/h;
- **Долно фолио:** меко, полу-твърдо, твърдо фолио
 - Ширина на фолиото: 320-620 мм
 - Диаметър на ролката: 450мм
 - Диаметър на шпулата: 76мм/3", 152мм/6" (опция)
- **Горно фолио:** меко и твърдо (опция) фолио
 - Диаметър на ролката: 400мм
 - Диаметър на шпулата: 76мм/3", 152мм/6" (опция)
- **Капацитет:** в зависимост от изпълнението и продукта – до 20 такта/мин;
- **Опции:**
 - възможност за работа с твърдо горно фолио;
 - възможност за впръскване на газ;
 - система от фотоклетки за напечатано фолио;
 - дозираща система.
 - възможност за термоформоване на реклозибъл опаковки





Инсталации за пушене, печене, зреене на месо, риба, колбаси



Независимо дали експлоатирате специализиран месарски магазин или отговаряте за индустриално предприятие, Вие изисквате най-високия еквивалент за вложения от Вас ценен капитал.

- Висока продуктивност, комбинирана с различни възможности за приложение;
- Техника от най-ново поколение;
- Контролирана експлоатационна сигурност и постоянна готовност за работа;
- Безпроблемно обслужване;
- Екологична работа.

Всички тези характеристики се съчетават в продуктите на Maurer-Atmos.

Камерите за пушене, печене и зреене на месо са оптимален еквивалент с комплексни характеристики.

Двустранното вертикално водене на циркуляционния въздух с централна точка на засмукване и настроеното според продукта количество въздух са в основата на равномерните и постоянно възпроизводими производствени резултати. Всяка количка с продукти представлява отделна единица за обдухване с циркуляционен въздух. Много добрата циркулация на въздуха с двустепенна скорост гарантира капацитет на количките за зареждане без конкуренция и минимални разстояния между продуктите, което позволява оптимално използване на производственото помещение. Енергийното захранване на съоръжението е подбрано така, че зададените стойности на отделните параметри да бъдат бързо достигнати. Чрез това се гарантират кратки времена на сушене на продукта и се предотвратява излишно затопляне на пресния въздух.



Компактната конструкция на камерите в комбинация с вътрешен димогенератор редуцира до минимум необходимата монтажна площ и разходите за строителство в участъка за опушване.

Вътрешния и външния корпус на съоръжението могат да бъдат плътно заварени. Освен това то може да бъде доставено монтирано в подова вана с бързо отводняване (хигиеничен под).



Комбинирани парни конвектомати GeniusT от

eloma

Един уред, който изпълнява всичките Ви желания! Изпитайте радостта от готвенето!

Серия GeniusT са мултифункционални уреди за задушаване, променливо и интензивно задушаване, комбинирано задушаване, варене при ниски температури, регенериране - затопляне на ястия без следи от изсушаване, печене и пържене.



Функции:

- **Clima-AktivR**

активно овлажняване и отнемане на влажността от камерата за варене

- **Autoclean**

напълно автоматична система за почистване

- **Програмна памет**

възможност за запаметяване на 99 програми

- **Регулиране на ядрената температура**

многоточков датчик за ядрената температура

- **Aktive Temp**

предварително загряване и охлаждане

- **Автореверс на вентилатора**

с редуцирана скорост и тактуване за щадящо продукта готвене

- **Ръчно регулиране на влажността в работната камера**

- **E/2 функция за пестене на енергия**





IV. Полезно и любопитно

Как да представим по-добре замразените продукти



Продажбите на замразени храни продължават да бележат ръст, макар и не с бурния темп от преди шест-седем години. Тази тенденция ще продължи поради все по-забързания начин на живот и необходимостта от здравословно хранене.

Търговците на дребно, които обръщат внимание на добрата организация във фризера, създават предпоставка за увеличаване на продажбите и лоялните клиенти. Многообразието в категорията замразени храни предполага обграждане и със съпътстващи продукти, което я прави много

привлекателна от гледна точка на допълнителни импулсни покупки.

Ако трябва да определим основните стъпки за по-добро представяне на замразените храни в магазина, те биха били: структуриране на фризерното пространство в ясна матрица с цена непосредствено до продукта; маркиране и разделяне на продуктите категории; дисплеи с "приятелски" продукти за кръстосани продажби.

Структуриране на фризерното пространство

Поддръжката на добрия вид във фризера е предизвикателство за всеки търговец. Опаковките с неправилна форма, обемистите и тежки продукти често представляват миксирана купчина, която е трудна за обслужване и за клиента, и за персонала. Често купувачите се отказват да търсят желания продукт, тъй като той вероятно е затрупан или изчерпан.

Първата стъпка в спестяването на усилията на клиента е да се разпредели пространството на ясни редове и още по-добре на клетки, в които е представен един вид продукт. Матричната структура в гондолата ще помогне на купувача лесно да намери това, което търси, а служителят бързо ще идентифицира изчерпаната стока.

Поставянето на цената непосредствено до продукта е фактор за бърза покупка и информиран избор, чрез които да бъдат привлечени и нови клиенти.

Важен фактор за увеличаване на продажбите на замразени храни е

Информационната среда в сектора

Често се подценява значението на допълнителната информация, която насочва вниманието на клиента към конкретни продукти или промоция.



Отделните подгрупи като замразени зеленчуци, пиле, риба, сладолед и пр. в категорията могат да бъдат разделени с табели с наименованието на подгрупата и/или с цветови код, които да спомагат за ориентирането в често твърде дългите фризерни гондоли.

Висящата информация от своя страна е чудесна възможност за представяне на стоки в промоция или нови продукти.

Завършващ елемент в изграждането на секцията са допълнителните продукти, които кореспондират със стоките във фризера. Това са подправки, миксове, сосове, нехранителни и пр. стоки, които също ще увеличат продажбите си, присъствайки логично на дисплеи в близост или на самата гондола. Явлението крос мърчандайзинг (кръстосани продажби) е доказало своя успех, тъй като подсеца клиентите за комбинации, за които не са се сетили предварително, и ги мотивира да направят допълнителна импулсна покупка.

Замразените храни ще увеличават своя дял в потребителската кошница на клиента. Ако стоките във фризера са подредени и организирани, има ясна и точна информация за тяхното място и цена, както и допълнителни продукти за комбинация, клиентът все по-често ще се допитва до гондолата и ще прави своя бърз избор, завършващ с покупка.

От своя страна търговецът ще намали разходите по обслужване на категорията вследствие на бързото идентифициране на липсваща стока и улесняване на зареждането.

*Автор: Доброслава Мирчева, източник: Регал



Пазаруването по мобилния – част от бъдещето на търговията

Супермаркет получава съобщение от мобилен телефон:

2 kg cherveni chushki
1 kg domati
2 kiseli mleka Elena 2%
1 paket Nesquick cereals
0.5 kg biala zahar
1 kg sladoled, Aloma, karamel
1 dush gel Dove, 250 ml, soft
Adres: bul. Stambolov
254, et. 4, ap.7, Kraevi

Отговор:
Dalzite 32 lv. Dostavka do 1/2 chas

Все още това е мечта за българските потребители, но не само – подобна услуга няма и в Западна Европа. Само неколкостотин британци изпробваха това удобство в експеримент, продължил близо половин година.

Перспективата да се използва мобилен телефон, за да се правят покупки от супермаркетите, могат да променят модела на взаимодействие в бизнеса за обслужване на потребители през следващите години. Това ще може да се случи благодарение на нова технология, която позволява на потребителите да пазят кредитна и друга картова информация в мобилните си телефони. Изпитанията на технологията Near Field Communications (NFC) – комуникации на кратки разстояния на високи честоти, показаха, че тази услуга би била търсена от потребителите.

Всеки обича удобството

Изследването сочи, че девет от десет ритейлъра са доволни от технологията NFC, а 78% са заинтересувани да въведат тази услуга, ако я има. Удобството, лесното използване и имиджът, който дава иновативното устройство, привличат търговците на дребно. За да пътува по транспортната система на Лондон или да прави покупки в някой магазин, потребителят трябва да притисне телефона си към четец. Подобна технология има голям потенциал за успех, смятат изследователите. "Представете си как излизате през нощта и вземате с вас само мобилния си телефон", мечтае Клер Маслен, ръководител на отдела за NFC в O2. Според Маслен в бъдеще мобилните технологии могат да доведат до това всички карти, които сега се носят в портфейла, да се "съдържат" в телефоните.

В развитите страни търговците на дребно изпитват трудности заради нарастващата конкуренция и свиващите се приходи на клиентите, поради което прегръщат всяка идея за нетрадиционно обслужване. С течение на времето мобилните телефони ще



привнесат три нови характеристики на шопинг опита – преносимост, възможност за покупки от всяка точка и чувство на принадлежност към дадено място.

В САЩ над три четвърти от домакинствата имат поне един мобилен телефон при средно два на домакинство. Все още не може да се очаква, че покупката на стоки по мобилния телефон ще стане масово явление, но ще добави нови възможности към начините на пазаруване. Например приложението SCANBUY, което се използва за iPhone, дава възможност на купувачите да сравняват цените в няколко магазина.

Търговците на дребно атакуват

Освен че клиентите ще се възползват от услугите на ритейлърите, през мобилните телефони те могат да атакуват купувачите на своя територия. Докато е в магазина, клиентът може да получава интересна информация за промоции и нови продукти. За целта клиентите се идентифицират чрез мобилните си телефони още на входа. Системата впоследствие може да открие клиента, въпреки че той, да кажем, иска да остане "невидим", докато пазарува. Така ще има възможността клиентът да не бъде "изпуснат" в полза на конкурентите.

Изводи

- Мобилният апарат е от съществено значение – 85% от участвалите смятат, че моделът на телефона ще повлияе на решението им дали да се възползват от NFC услуги
- Фокусът е върху потребителския интерфейс – участниците са поискали възможност да управляват сметките си и да проверяват състоянието им през телефона
- Сигурност – клиентите държат на скоростта и удобството, но виждат ползата от сигурността и не се възпротивяват да вкарват неколнократно PIN кода си.

* Автор: Боряна Семкова; източник: Регал