

# Digitální etikety pronikají do dalších oborů

Co si máme představit pod pojmem digitální etikety? Může být obtížnější tomuto označení přiřadit tu správnou věc i oblast použití.

Digitální etikety jsou vlastně širším názvem pro elektronické displeje, které na český trh vstoupily před několika lety pod názvem elektronické cenovky. Důvodem použití obecnějšího názvu je fakt, že postupem času se tyto digitální pomocníci implementují do dalších odvětví, která s oceňováním zboží nemají mnoho společného.

Digitální etikety se rozšiřují například do gastronomie a hotelů, které je využívají pro zobrazování denního menu umístěného na stolech nebo jako označení konferenčních místností. Přepsat v počítači, kliknout... a na displejích, které fungují maximálně úsporně na bázi elektronického papíru, se objeví požadovaný design i text. Jednoduché, elegantní...

Oblastí, kde však elektronické etikety začínají být čím dál žádanější, je především logistika a výroba. Jak víme z trendů poslední doby, logistika se stává alfou a omegou současného pohybu zboží a výrobků. Organizace logistických procesů začíná

už ve výrobě. A právě pro tento obor jsou elektronické etikety vítaným pomocníkem. S jejich pomocí lze optimalizovat procesy, snižovat chybovost a zvyšovat přehled o aktuálním stavu konkrétní zakázky.

Ale neútkejme od tradičního maloobchodního trhu. Po prvních krůčcích v rámci instalací elektronických cenovek v supermarketech a řetězcích menších obchodů se využití elektronických cenovek rozšířilo i do oblasti parfumerie a kosmetiky. Jako příklad můžeme uvést novou prodejnu parfumerie Elnino.cz v Praze na Florenci. Zde byla motivace instalovat cenovky na prodejně jednoznačná. Požadavek zněl „umožnit okamžitou změnu cen na prodejně v souladu s cenami na e-shopu“. Navíc novou moderní prodejnu, která se pyšní trendy designem a moderním přístupem k zákazníkům, elektronické etikety značky troniTAG přirozeně doplnily. „Cenovky nám usnadňují práci a předcházíme nechtěným chybám v cenách zobrazovaných

u zboží na prodejně,“ chválí jejich využití Jan Šmíd, ředitel maloobchodní sítě parfumerií Elnino.cz

Cenovky lze využít i jako marketingový nástroj. Pomocí nastavbových aplikací je možné je plně využít nejen jako prostředek ke zobrazování ceny, ale i jako prostředek ke komunikaci se zákazníkem a dynamické práci s cenou. To je nyní jednou z hlavních motivací firem, které v současné době cenovky do svých prodejních sítí implementují.

Cenovky značky troniTAG, které pro český trh dodává společnost VKF Renzel, fungují na bázi elektronického papíru a lze na nich kromě standardní černé na bílém podkladu zobrazit i červenou barvu pro zdůraznění nabídky, loga apod. Cenovky se vyrábějí v několika velikostech od formátu poloviční vizitky až po velikost A4. VKF Renzel je na českém a slovenském trhu partnerem firmy troniTAG, která je členem VKF Renzel Group.

[www.tronitag.cz](http://www.tronitag.cz)



Foto: VKF Renzel - prodejna parfumerie Elnino.cz

