



## Azkoyen presente en París con sus nuevas propuestas para incrementar ventas

24-02-2014

Entre el 5 y 6 de febrero se celebró el salón internacional VendingParis 2014, la feria de vending más importante del continente europeo (junto a Venditalia), con más de 10.000 visitantes profesionales procedentes de hasta 72 países. Azkoyen volvió a estar presente en el evento con un stand en el que se presentaron 15 puntos para mejorar la rentabilidad de los operadores a través de los equipos de vending de la marca.

De los 15 puntos propuestos por Azkoyen, destacaron las nuevas gamas 'Zen' y 'Zensia' de vending de bebidas calientes, que destacan por sus funciones 'Customixer' y 'Extra-Shot', orientadas a la mejora del margen medio por servicio; y por su diseño atractivo y personalizable, orientado al incremento de las ventas por punto. En este sentido llamaron la atención los nuevos frontales de diseño, con atractivas ilustraciones en colores dorado y blanco, que permiten incrementar el impacto del espectacular diseño desarrollado por la famosa agencia internacional Mormedi para las gamas 'Zen' y 'Zensia'.

La gama de *snacks* también fue muy valorada por los operadores que acudieron al stand de Azkoyen, generando gran interés la nueva gama 'Palma+ H87 XtraDrinks', que esconde tras el módulo de pago un canal botellero que amplía la capacidad de bebidas en 54 unidades; así como la impresionante flexibilidad de la gama 'Mistral+', que gracias a su amplio cajón de recogida y a su configuración totalmente ajustable y personalizable de bandejas, canales, espirales y cintas, puede expender todo tipo de formatos de *snacks*, un mercado en pleno desarrollo en Francia con el lanzamiento de productos sanos y saludables de alto valor añadido, como ensaladas, platos preparados, sándwiches *premium* con diferentes tipos de pan, y otros muchos *snacks* que apuestan por un envasado innovador y atractivo.

También fue muy bien valorada la propuesta de nuevos modelos de negocio, como los que abre la 'Novara 2.0', que equipada con pantalla y detección de presencia puede ofrecer contenidos promocionales e informativos, y medir el número de impactos generados. O la nueva gama de 'Vitro', que montada en el mueble *coffee-corner* y equipada con módulo de pago genera nuevas oportunidades para el vending en ubicaciones nunca activadas para el canal hasta ahora, como áreas *vip*, estaciones de servicio o tiendas de conveniencia.

*“Estamos convencidos que nuestra propuesta para VendingParis ha convencido a los operadores que visitaron la feria –firma **Samir Fodil**, sales manager de Azkoyen para Francia–; las sensaciones con los clientes y los operadores han sido muy buenas, y creo que estamos en posición de crecer en este mercado, que es especialmente exigente”.*

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