

# Bianchi Industry: il Vending per chi vuole “di più”

*L'azienda bergamasca aprirà il 2021 con una campagna di comunicazione “valoriale” per dare fiducia e forza al mercato. Al centro gli uomini, i prodotti e i servizi di un grande fabbricante*

## Il Vending di chi dà di più. Il Vending per chi vuole di più.

In un momento complesso per la Distribuzione Automatica, Bianchi Industry lancia un **messaggio di forza al mercato**, ribadendo la sua solidità e il suo impegno nel creare soluzioni sempre in linea con le ultime tendenze del settore.

### CHI DÀ DI PIÙ

Sul versante istituzionale l'azienda bergamasca ha deciso, letteralmente, di metterci la faccia con la campagna di comunicazione digitale **“WHO GIVES MORE”** (in italiano “Chi dà di più”), che, a partire da gennaio, ritrarrà **l'Amministratore Delegato, Massimo Trapletti**, e gli altri manager del gruppo quali testimonial dell'impegno e della passione che contraddistinguono il team di Bianchi Industry. Un team che durante gli ultimi mesi non ha smesso di pensare al futuro, chiedendosi che cosa **offrire “di più” ai propri clienti** per uscire dall'*impasse* causata dalla pandemia.

In questo senso, la risposta di Bianchi Industry è stata chiara e univoca: **continuare a investire. Investimenti in R&D** per sviluppare nuove tecnologie e nuove linee prodotti, ma anche investire in **attrezzature** – per la produzione e la razionalizzazione dei processi industriali e per migliorare il servizio rivolto ai clienti – e **nel marketing** per offrire maggiore supporto strategico ai partner. Senza dimenticare le **risorse umane**, con la formazione finalizzata alla crescita e allo sviluppo dei collaboratori, ma anche con **l'inserimento di nuovi profili** per accompagnare l'evoluzione dell'impresa.

E tutto questo si fa con una squadra forte e unita che, anche nei difficili mesi della pandemia, ha continuato a **progettare il futuro del Ven-**



**ding**, trascinata da quella voglia di **“dare di più”** a cui si abbina un messaggio di sottofondo: *“Non siamo solo prodotto, siamo un'organizzazione, ma soprattutto delle persone su cui contare”*.

### CHI VUOLE DI PIÙ

C'è spazio anche per i prodotti con il secondo messaggio che l'azienda bergamasca vuole trasmettere al mercato. Bianchi Industry propone, infatti, soluzioni che possono aiutare i clienti a migliorare la propria **redditività**. E qui il focus si sposta sul valore differenziale che la gamma di distributori **Bianchi Vending** è in grado di offrire sia ai gestori che agli utilizzatori finali, sempre all'insegna della massima personalizzazione e flessibilità, come vuole la filosofia **“Design Your Break”**.

Non a caso, questa seconda campagna di comunicazione – i cui messaggi popoleranno i profili social di Bianchi da qui ai prossimi mesi – è riassunta dallo slogan **“WHO WANTS MORE”** (**“Chi vuole di più”**). E tra chi vuole di più ci sono anche gli utenti finali, che hanno bi-

sogno di essere riassicurati sulle capacità del Vending di offrire soluzioni in linea con le proprie aspettative di sicurezza e di qualità.

A queste richieste del mercato Bianchi Vending risponde oggi con tantissimi **“più”**. In primis, **più sicurezza, grazie all'App BI Touchless** e al dispositivo di sanificazione della cup station basato su tecnologia UV.

**Più capacità**, con le macchine snack in versione extra-large.

**Più scelta**, offrendo ai consumatori la possibilità di personalizzare le bevande con topping e sciroppi, ma anche di creare a piacimento la propria bevanda e di accompagnare il caffè con un mini-snack.

**Più gusto**, attraverso le varie tecnologie di estrazione del caffè.

**Più interattività**, con il touchscreen e la possibilità di riprodurre contenuti multimediali. Più tante altre funzionalità modulari da aggiungere alle macchine per aggiornare sempre la propria offerta.

Un lungo elenco di prodotti e servizi innovativi che sottostà a quel **“più”** che può fare la differenza per i clienti di Bianchi Industry: **più redditività**, favorendo più consumi (basti pensare all'accoppiata caffè e mini-snack) e a prezzi più alti (per esempio, con l'offerta di bicchieri XL per bevande in formato extra-large).