



Customer Success Story

bofrost* Italia

Digital Payments
for a Trusted World



Quella nata dalla collaborazione con bofrost* Italia è senza dubbio una storia di successo, ancor più per l'essersi sviluppata fortemente nel pieno della prima ondata di crisi pandemica da covid-19.

Solo nella seconda metà di marzo le vendite hanno visto punte di incremento giornaliero del

70%

rispetto ai volumi normali.

« Worldline si è dimostrata un partner affidabile, capace di metterci a disposizione una soluzione solida e al tempo stesso di lavorare assieme a noi sul nostro progetto specifico – ha commentato Guido Cescon, CIO di bofrost* Italia S.p.A. – La collaborazione ci ha permesso di cogliere opportunità messe a disposizione dalla tecnologia e che avevamo immaginato in partenza per migliorare il nostro processo di vendita ».

Le severe misure restrittive sulla mobilità delle persone introdotte dal governo italiano a marzo 2020, unite al problema sanitario, hanno evidenziato l'importanza dei servizi offerti dalle due società: la fornitura di beni alimentari a domicilio di bofrost* ed il servizio di pagamento in mobilità di Worldline, in grado di accettare anche le carte senza contatto. Il nuovo scenario ha fatto crescere enormemente i volumi di vendita di bofrost*: solo nella seconda metà di marzo le vendite hanno visto punte di **incremento giornaliero del 70%**, rispetto ai volumi normali.

Worldline, è stata in grado di supportare bofrost*, garantendo la piena disponibilità sia di **R&D** che dei servizi di **Operations** e di **Logistica** dedicati: questo ha permesso a bofrost* Italia di essere costantemente operativa, anche in chiave di responsabilità sociale nei confronti di persone e famiglie sole o impossibilitate a muoversi.

Attraverso tutti i suoi canali (door to door, telemarketing, internet), bofrost* vuole essere anche il consulente, come al mercato o in negozio, consigliando il cliente che fa la spesa, suggerendo la novità e spiegando il prodotto. Per consentire questa funzione al venditore porta a porta o al consegnatario della spesa fatta attraverso telemarketing o internet, bisognava risolvere due aspetti: che l'attività "amministrativa" relativa alla vendita occupasse il minor tempo possibile e che venissero dati i giusti spazi e gli strumenti necessari per l'attività di marketing.

Per risolvere questa esigenza bofrost* ha scelto in primis di puntare su un'applicazione che privilegiasse la gestione delle informazioni sul prodotto e le necessità del cliente, **semplificando la parte amministrativa**, e poi di **rendere facile l'esperienza utente relativamente al pagamento**, accettando tutte le modalità presenti sul mercato, compreso il digitale, unendo a comodità e velocità anche la garanzia di un brand riconosciuto dal mercato.

Il progetto con Worldline, iniziato nella prima metà del 2019 e messo in campo già a fine 2019, era nato dalla decisione di dotare la forza vendita di un'App evoluta, combinandola con uno strumento portatile, robusto e versatile, avente funzionalità di pagamento, stampa e connettività estremamente versatili, in grado di soddisfare qualsiasi esigenza derivante dal processo di vendita a domicilio, su tutto il territorio nazionale.

L'accordo con bofrost* ha previsto un roll-out di **1.500 terminali portatili Move/5000** nella configurazione di fascia alta, compresi i moduli multi-comunicazione e la telecamera di bordo per **offrire flessibilità e tecnologia nel food delivery**. Oltre all'hardware, Worldline ha garantito i **servizi di telegestione del parco (TEM)** e servizi di manutenzione personalizzati, che consentono a tutte le stazioni di consegna di poter avere una rapida sostituzione dell'hardware nel caso un terminale venisse danneggiato.



Ma soprattutto Worldline ha messo a disposizione di bofrost* il suo laboratorio software che, sfruttando la **grande programmabilità del terminale**, ha consentito l'integrazione con l'**App Android** esterna per lanciare la **stampa del documento commerciale fiscale** (o la copia di cortesia della fattura elettronica), oltre che per attivare le varie modalità di pagamento elettronico, inclusa l'**accettazione dei buoni pasto elettronici**. Worldline ha anche sviluppato alcune significative personalizzazioni per il cliente.

La partnership con bofrost* è distintiva del grande impegno che Worldline ripone verso i propri clienti e ha permesso di sostenere in modo continuativo l'attività di bofrost* che complessivamente nel 2021 è

aumentata oltre il 30%, superando i **10 milioni di documenti fiscali emessi dal POS, dei quali circa il 50% è stato pagato con transazioni elettroniche cashless sullo stesso POS.**

Svolgere questa attività in mobilità ha comportato la risoluzione di alcune complessità, ad esempio relativamente alla trasmissione dei corrispettivi telematici, alla stampa del documento fiscale, all'accettazione di buoni pasto cartacei ed elettronici. Per tutta la parte relativa ai pagamenti è stato quindi essenziale rivolgersi ad un leader di mercato che fosse in grado di assicurare l'allineamento continuo ad un settore, quello dei pagamenti elettronici, in continua evoluzione, sempre di più al centro delle richieste dei consumatori.

Worldline ha saputo coniugare questa posizione di leadership con la disponibilità ad assecondare ogni esigenza del cliente, aiutandolo ad implementare la soluzione su misura.

bofrost* Italia

bofrost* nasce nel 1966 ad Issum, nel Nordrhein-Westfalen, la regione tedesca sul Reno vicina all'Olanda, da un'idea di J.H. Boquoi ed arriva in Italia nel 1987 grazie all'intraprendenza di E.Roncadin. Oggi bofrost* è presente in 12 paesi in Europa ed è leader nella vendita di prodotti surgelati a domicilio, con oltre 4 milioni di clienti, vendite per circa 1.3 miliardi di Euro e oltre 10 mila dipendenti. In Italia bofrost* conta oltre 1 milione di clienti serviti, un fatturato di oltre 300 milioni di € e 2400 persone impiegate. Il modello di business di bofrost* si fonda su 3 cardini: qualità del prodotto, servizio al cliente, organizzazione logistica della Supply Chain e della presenza capillare nel territorio. Nel corso dei suoi oltre trent'anni di vita bofrost* si è continuamente innovata, ad esempio portando su canale digitale il concetto di vendita diretta ed ampliando la gamma a specialità non surgelate (gastronomia, fresco, pasticceria, vino, olio, ecc.) e prodotti di utilità, sempre con al centro un cliente appassionato del gusto in cucina.

www.bofrost.it

Informazioni su Worldline

Worldline [Euronext: WLN] è il leader europeo nei pagamenti e nei servizi transazionali ed il #4 a livello mondiale. Grazie alla sua presenza globale e il suo impegno ad innovare, Worldline è il payment partner di riferimento per merchant, banche, operatori di trasporto pubblico, agenzie governative e industrie di ogni settore. Grazie all'impegno di oltre 20.000 dipendenti, che operano in più di 50 paesi, Worldline offre ai suoi clienti soluzioni sostenibili, affidabili e sicure all'interno della catena del valore dei pagamenti, favorendo ovunque la crescita del Business. I servizi offerti da Worldline in ambito Merchant Services; Terminals, Solutions & Services; Financial Services e Mobility & e-Transactional Services includono servizi di acquiring nazionali e transazionali per i merchant fisici o online, il trattamento sicuro di operazioni di pagamento, un ampio portfolio di terminali di pagamento, nonché servizi di e-ticketing e servizi digitali per l'industria. Nel 2020, Worldline ha generato ricavi proforma pari 4,8 miliardi di euro.

worldline.com



Per saperne di più
[WL One Commerce](#)



Worldline is a registered trademark of Worldline SA. October 2021
© 2021 Worldline.