

“THE CONSUMER IS THE KEY TO VENDING”

“El consumidor es la llave del **Vending**”



Javier Bobo,
Director comercial de
Azkoyen Industrial

Javier Bobo,
Sales Director
Azkoyen Industrial

El año pasado Azkoyen obtuvo unos resultados muy satisfactorios, con un aumento de ventas del 15%. ¿Cuáles son sus predicciones de cara a los resultados de 2007?

2007 ha sido un gran año de ventas tanto para el Grupo Azkoyen como para Azkoyen Industrial, que como sabe, es la empresa del Grupo que se encarga de la fabricación y comercialización de las máquinas expendedoras de bebidas frías, calientes, *snack* y tabaco. Centrándonos ya en Azkoyen Industrial, resaltar que hemos crecido fuertemente tanto en el mercado doméstico como en el mercado internacional, que ha pasado a representar más del 60% de nuestras ventas.

Si hablamos de productos, la gama de máquinas expendedoras de Azkoyen es una de las más completas del mercado. ¿Cuáles han sido sus principales focos de interés en el 2007 y qué se espera para el 2008?

A lo largo del 2007 nos hemos centrado en 2 líneas. Durante la primera parte del año hemos trabajado en la puesta en marcha de una gama modular de alimentación y bebidas frías. Se trata del ambicioso programa Brisa/Mistral, del que hemos presentado 14 modelos diferentes. Estos equipos, junto con los ya conocidos Palma, configuran la oferta más amplia del mercado de *snack* y bebidas frías.

En la segunda mitad del año nos hemos centrado en el lanzamiento de nuestra nueva gama de café Free-standing Sienna. Disponible en 2 alturas y versiones espresso e *instant*, es una máquina con un diseño atractivo, fácil de limpiar, instalar y mantener. Puede trabajar en modo *master slave* con las series Brisa y Mistral. Pero donde principalmente nos hemos centrado ha sido en la calidad del café y en ofrecer al mercado un equipo diferenciado, que permita al operador maximizar su beneficio. Un ejemplo de esto es la Sienna doble espresso, que permite ofertar 2 calidades de café a precio diferenciado como herramienta para que el operador pueda incrementar los márgenes del servicio.

Respecto a 2008, trabajaremos inicialmen-

te en adaptar la gama Sienna a los distintos mercados y en lanzar nuevas versiones adaptadas a distintos segmentos.

Respecto a los *snacks* seguiremos trabajando en desarrollar nuevas funcionalidades en la gama Brisa y Mistral, siempre siguiendo el objetivo de incrementar el beneficio del operador.

Respecto a tabaco, lo más destacable será el lanzamiento de una nueva línea Avant (presentada recientemente en el mercado italiano) y el lanzamiento en mercados internacionales de equipos dotados de pantallas táctiles, con el fin de potenciar la interactividad con el consumidor. Confiamos en que estos lanzamientos nos ayudarán a consolidar nuestro liderazgo europeo.

Nos ha detallado algunos de los beneficios que sus máquinas proporcionan al operador. ¿Podría decirnos algo del cliente final?

Tenemos claro que el consumidor es la llave de este negocio. La decisión de compra del producto a través de una máquina expendedora por parte del consumidor es la que justifica la existencia de las empresas operadoras y fabricantes. Por este motivo, siempre estamos pendientes del punto de vista del consumidor. Nuestros departamentos de Marketing e I+D+i trabajan estrechamente con los operadores y el cliente final para identificar nuevas necesidades, tendencias etc...

Con esta premisa, nos apoyamos principalmente en tres pilares: La calidad y variedad del producto expandido; un diseño atractivo que potencie la venta por impulso y que a la vez se integre perfectamente en su entorno, y finalmente que las máquinas sean intuitivas y fáciles de usar.

Con estas bases hemos lanzado en el pasado conceptos como el sistema de detección de salida de producto i-detect; equipos con 2 temperaturas; sistemas que detectan si la cadena de frío se ha roto en algún momento; selección de productos fácil e intuitiva; menú de bebidas calientes extenso y totalmente personalizable, etc... Y por supuesto, hablar de la Sienna, con sus 2 molinos que permiten al consumidor decantarse por un café más económico o más gourmet.

Sigamos hablando de mercado exterior. Azkoyen está presente en 42 países. ¿Hay nuevos mercados en el horizonte?

Efectivamente, los productos del Grupo Azkoyen están presentes en más de 42 países. En lo que respecta a Azkoyen Industrial tenemos una estructura de distribución consolidada que junto con nuestras 3 filiales está presente en 25 países.

Nuestro objetivo es seguir creciendo en los mercados más importantes de Europa, en cuanto a volumen se refiere, y seguir la exitosa línea en la que hemos venido trabajando, en los últimos años, de penetración en nuevos mercados emergentes.

¿Y los planes respecto al mercado nacional?

Como bien sabrá tenemos la red de distribución más amplia del mercado formada por 25 delegaciones propias del grupo que trabajan en la distribución, atención al cliente y servicio posventa de las máquinas expendedoras de tabaco; y una red de distribuidores que comercializan y prestan asistencia al resto de máquinas de vending cubriendo el 100% del territorio nacional. Nuestro objetivo en el mercado nacional es doble: por una parte potenciar nuestra actual estructura de distribución, de la cual estamos muy satisfechos, así como continuar trabajando en satisfacer las necesidades presentes y futuras de los profesionales de la industria.

¿Qué opinan de otros conceptos de máquina expendedora, fuera del frío, caliente, snack o tabaco ya mencionados?

Siempre estamos atentos a cualquier posible evolución del mercado hacia nuevos conceptos, si bien la realidad es que lo que se percibe más bien es una tendencia a aplicar nuevas tecnologías al concepto de vending tradicional que faciliten el trabajo al operador y aumenten la satisfacción del usuario (captación y transmisión de datos, pantallas táctiles, etc...).

Azkoyen obtained very good results in 2006, after increasing their sales by 15%. What are the predictions for 2007?

2007 has been a great year for both Azkoyen Group and Azkoyen Industrial - the latter is the Group's company responsible for the manufacture and marketing of the hot/cold drinks, snack and tobacco vending machines. Focusing on Azkoyen Industrial, we must stand out that we have grown both in the domestic market and the international market, which has become the 60% of all our sales.

If we talk about products, the range of Azkoyen vending machines is one of the most complete in the market. What were the main goals in 2007 and what do you expect in 2008?

During 2007 we have been focused on 2 lines. In the first half of the year, we have been working on a modular range of food and cold drinks. It is an ambitious Bisa/Mistral program with 14 different versions. This equipments along the already known Palma are the most complete range of snack and cold drinks in the market.

In the second half of the year we have been focused on the launch of our Free-standing coffee, Sienna. Available in 2 heights and espresso and instant versions, it is a machine with a very attractive design, easy to clean and where the installation and maintenance is quick and simple. It can work in master slave mode with the series Brisa and Mistral. Nevertheless, where we have set most of our attention has been in the coffee quality and offering a unique equipment to the market which allows to serve two coffee qualities at a different price as a tool to increase operators' income.

As regards 2008, we will initially work on adapting the Sienna range to the several markets and launching new versions adapted to the different segments.

As regards snacks, we will keep on working on developing new functions for the Brisa and Mistral range, always aiming to increase the operator's profit.

Regarding tobacco, the most outstanding deed will be the launch of the new line Avant, which was newly presented in the Italian market, and the launch of touch-screen equipment in International markets in order to promote the client's interaction. We think these novelties will help us to consolidate our European leadership.

You have given us some details of your machines' advantages for the vending operator. Could you talk us about the final customer?

We clearly think that the customer is the key to this business. Customer's decision about buying a product through a vending machine is what justifies the existence of manufacturers and operators. Because of this, we are always attending to the customer's point of view. Our Marketing and R&D departments work with the operators and the final client closely in order to meet customer's

needs, trends, etc...

Under this premise, we mainly base on 3 pillars: quality and variety, an attractive design which promotes the compulsive buying and at the same time fits its environment perfectly; finally, intuitive and easy-to-use machines.

According to these ideas, we have in the past launched concepts as the likes of the i-detect system, 2-temperatures equipments, systems for the detection of cold chain breakings, easy and intuitive selection systems, wide and customized hot drinks menu, etc... and, of course, Sienna, with her two grinders which allow the customer to choose either an economical or a gourmet coffee.

Let's talk about foreign trade. Azkoyen can be found in 42 countries. Are you planning to expand to new markets?

Certainly, Azkoyen Group supplies products to over 42 countries. As regards Azkoyen Industrial, we have a consolidated distribution structure which, along our 3 subsidiaries, can be found in 25 countries.

Our goal for the future is to focus on carrying on growing in the most important European markets and keeping the same successful line we have followed when we are introduced in a new market.

And what about your plans for the Spanish market?

As you well know, we have the widest cigarettes machines' distribution network in the market, with 25 branches which work on the distribution and the customer service; and a suppliers network who trade and serve the rest of the vending machines, covering 100% of the Spanish territory. Our goal is double: firstly, strengthening our current distribution structure, of which we are very proud. Secondly, to keep on working to satisfy the present and future requirements of the vending industry.

What do you think about other types of vending machines, apart from the hot, cold, snack and cigarettes ones we've already mentioned?

We are always researching new business ways and attending to any possible evolution of the market towards new concepts although the reality seems to show a trend to apply new technologies to the traditional vending concept which make operator's job easy and increase user's satisfaction (data transmission, touch-screens, etc...).