

Sojusz handlu z technologią



Przy wyborze systemu dla sieci sklepów cenne są opinie osób z branży, wrażenia wyniesione z imprez targowych oraz spotkania z przedstawicielami dostawców.

Otym, jak zmienia się handel, najlepiej świadczy jego powiązanie z elektronicznymi technologiami, a coraz częściej także z internetem. Właściciele placówek handlowych wspierają dziś nowatorskie rozwiązania, które są wymuszane przez konsumentów. To oni coraz częściej robią bowiem zakupy za pośrednictwem komputerów i smartfonów, a rozwijająca się popularność punktów odbioru zakupów lub domowych dostaw na telefon czy zamówienie elektroniczne staje się faktem także w placówkach handlu tradycyjnego.

Podstawą polskich sklepów są dziś również zaawansowane oprogramowania. Nie zawsze jednak detaliści wiedzą według jakiego klucza je wybierać.

Czego się wystrzegać

Jednym z błędów popełnianych przez handlowców jest zakup programu, którego nie da się rozbudować. Często nie przewidują, że ich biznes się rozwinie, a system będzie potrzebował dodatkowych modułów, funkcji czy stanowisk. – Dlatego warto postawić na rozwiązania, które mogą „rosnąć” razem z klientem, jak np. Navireo ERP. Nie bez znaczenia jest również, by

program był łatwy w instalacji i prosty w obsłudze, a interfejs – przyjazny i intuicyjny. Handlowcy powinni skupiać się na sprzedaży i kliencie, a nie na rozwiązywaniu

dyrektor działu produkcji oprogramowania w spółce LSI Software. Przypomina, że błędów, które popełniają detaliści przy wyborze oprogramowania, jest bardzo wiele. – Warto poruszyć tu przede wszystkim trzy obszary, na które właściciele nie zwracają wystarczającej uwagi. Po pierwsze, brak sprawdzenia czy system posiada odpowiednie rozwiązania

Warto postawić na rozwiązania, które mogą „rosnąć” razem z klientem, jak np. Navireo ERP.

problemów informatycznych – zauważa Marek Szklarz z firmy InsERT.

Na inne aspekty zwraca uwagę Grzegorz Strąk,

antyfraudowe. Po drugie, niedoceniecie znaczenia wsparcia sprzedaży wielokanałowej. I po trzecie, brak zastanowienia, który model, spośród

wielu rozwiązań chmurowych, stacjonarnych i hybrydowych, jest dla naszej działalności najbardziej odpowiedni – mówi.

Ekspert przypomina, że rozwiązania antyfraudowe służą prewencji i wykrywaniu kradzieży i nadużyć popełnianych przez pracowników. – Zapobieganie takim sytuacjom wymaga odpowiedniego systemu uwierzytelniania użytkowników, rozbudowanych raportów, zarządzania uprawnieniami oraz monitorowania. Trzeba więc dokładnie przeanalizować te rozwiązania przy wyborze systemu – podpowiada Grzegorz Strąk.

Specjaliści są zgodni, że program powinien umożliwić przypisanie każdej operacji do pracownika, który ją wykonał. – Każda transakcja, każde storno, każde udzielenie rabatu i wszystkie inne czynności wykonywane w systemie pozostawiają po sobie ślad. Dzięki



Grzegorz Strąk
dyrektor działu produkcji
oprogramowania
w spółce LSI Software

temu, że każdy pracownik musi zalogować się do systemu, można dotrzeć do takich informacji – wyjaśnia Strąk.

Na co uważać

Podczas zakupu oprogramowania detaliści głównie zwracają uwagę na użyteczność

CENTRALNY MONITORING

Ważnym aspektem rozwiązań antyfraudowych może być centralny monitoring. Dzięki takim aplikacjom jak Szyryf24 w systemie POSitive Retail można w prosty sposób powiązać zapis z kamer umieszczonych w lokalach z operacjami wykonywanymi w systemie sprzedaży.

Na rynku dostępne są rozwiązania online, offline i hybrydowe. Wszystkie posiadają zalety i wady. Dlatego obecnie najlepiej jest wybierać systemy, które stanowią ich syntezę. POSitive Retail i rozwiązania firmy LSI Software są w stanie zaoferować projekt, który zachowuje największe korzyści każdego modelu. System daje dostęp do zawsze aktualnych danych kadry zarządzającej i umożliwia szybkie reagowanie na zmieniające się potrzeby sklepów. POSitive Retail zapewnia większe bezpieczeństwo funkcjonowania poszczególnych sklepów i nie zatrzymuje sprzedaży, kiedy nie ma dostępu do internetu. W przypadku awarii w jednym ze sklepów nie oddziałuje to bezpośrednio na działanie pozostałych punktów w sieci sprzedaży.

programu. Jak odnotował Grzegorz Strąk, dla właścicieli sklepów najważniejsze okazuje się to, czy system jest zgodny z ich wizją prowadzenia sieci sprzedaży. – Zaprezentowanie wszystkich funkcjonalności często okazuje się decydujące przy wyborze systemu. Warto

zadać pytanie – czy system będzie się rozwijał razem z moją siecią? Nie ma gotowego produktu, który zaspokoi wszystkie potrzeby. Twoja sieć się rozwija, system musi na to reagować. Firma LSI Software stale pracuje nad nowymi możliwościami dla swoich klientów.



Nie stoimy w miejscu, staramy się wyprzedzić teraźniejszość – tłumaczy.

Ekspert wskazał też, iż w dzisiejszych czasach klienci oczekują obsługi omnichannel, czyli niemal bez granic między kanałami sprzedaży. – Przy wyborze oprogramowania trzeba dokładnie

sprawdzić zakres integracji danych online i offline. System powinien zbierać informacje z różnych kanałów w czasie rzeczywistym i umożliwiać sprzedaż, która bezproblemowo „przechodzi” przez różne kanały, np. gdy klienci kupują w sklepie internetowym, odbierają towar w jednym sklepie

stacjonarnym, a reklamują w jeszcze innym. Jednocześnie system powinien właściwie rejestrować wszystkie operacje i przypisywać je do odpowiednich sklepów i osób. Nieważne, jakimi kanałami prowadzi się sprzedaż. To system ma się dopasować do potrzeb klientów,

a nie na odwrót – zaznacza Strąk.

Przed zakupem systemu sprzedażowego warto zwrócić uwagę czy płytę CD z programem i instrukcją można kupić wyłącznie w tradycyjnym sklepie, czy też można pobrać aplikację z internetu, a następnie dokonać samodzielnej instalacji. Ważne jest też, by program można było przetestować na bezpłatnej wersji demo. Z obserwacji Marka Szklarza ze spółki InsERT wynika, że często dopiero po takiej próbie przedsiębiorca umie sprecyzować swoje potrzeby. – Dodatkowo w przypadku placówki handlowej niezwykle istotne jest, by szybko można było usunąć ewentualne usterki. Należy sprawdzić dostępność serwisu i czy producent oferuje pomoc techniczną, np. telefoniczną. Zamknięcie sklepu z powodu wadliwie działającego oprogramowania to wymierne straty finansowe, a bywa, że także utrata niektórych klientów – przypomina Marek Szklarz.



Marek Szklarz
dział PR spółki InsERT

SZYBSZE TEMPO OBSŁUGI

Korzyści z wdrożenia w sklepie choćby jednego programu z linii InsERT nexo, np. sprzedażowo-magazynowego Subiekta nexo, są namacalne. Poprawia się tempo obsługi, a sprzedawca ma szybki dostęp do historii zakupów czy płatności klienta. System umożliwia prowadzenie rozbudowanej polityki płatności – pod względem form, terminów czy cen – programów partnerskich czy bezpośrednich analiz sprzedaży i zakupów. Daje też możliwość wystawienia dokumentów – faktur, paragonów, korekt – wysłania ich e-mailem do nabywcy i szybkiej zmiany cen wybranych produktów lub całego asortymentu. Program pomoże przy inwentaryzacji, wskaże dokładne miejsce przechowywania danego towaru czy niezapłacone faktury. Obsługuje wiele operacji i zagadnień finansowych.

Subiekt nexo współpracuje również z kasami fiskalnymi, drukarkami fiskalnymi, wagami etykietującymi i czytnikami kodów. Takie systemy komputerowe są nieocenioną pomocą dla sprzedawców, którzy pracują na stanowiskach kasowych, ponieważ mogą skupić się na bezpośrednim kontakcie i odpowiedniej komunikacji z klientem. A we współczesnym handlu detalicznym sprawna obsługa odgrywa kluczową rolę. Dziś to kupujący są najważniejsi i jak najwięcej z nich powinno opuszczać sklep z poczuciem satysfakcji.