

Soluciones para optimizar las operaciones de retail.

La satisfacción de sus clientes y el aumento de sus ventas van de la mano con una mayor eficiencia en cada etapa del proceso.



Objetivos:

- Mejorar la eficacia y eficiencia de las operaciones.
- Bajar el costo de operación hasta la entrega de productos a los consumidores.
- Gestión de inventarios. Disminuir costos de inventarios. Mejorar la disponibilidad de productos al consumidor.
- Mejorar la atención al cliente. Fidelización de clientes.
- Disminuir mermas.
- Minimizar devoluciones y disconformidad del cliente.
- Aumentar la rotación de stock. Reducir el tiempo de producto en depósito.
- Aumentar el flujo de clientes. Disminuir el tiempo medio de espera en caja. Reducir el tiempo de identificación de productos en caja.

Las nuevas tecnologías de identificación y localización automática presentan beneficios importantes en varias operaciones de retail, debido a la visibilidad que aportan para mejorar gestión de inventarios y la cadena de suministro en general.

Contar con la información actualizada de stocks en la zona de almacenamiento permite su adecuada gestión, de manera de no perder oportunidades de venta y dar un buen servicio al cliente con bajos costos de operación.

Un exceso de stock representa un gasto extra ya que ocupa lugar de almacenamiento, baja la rotación de stock, tiene costo financiero, y puede producir deterioro de productos perecederos, entre otros problemas.

Disminuir tiempos en la identificación y movimiento de productos permite focalizarse en tareas de mayor valor agregado que mejoren la atención al cliente.

La satisfacción del cliente se mejora al encontrar los productos que está buscando en un tiempo razonable, obtener información de los mismos, bajar los tiempos de espera dentro del local y pasar rápidamente por las cajas de salida.



Mediante programas de fidelización los clientes pueden tener acceso a otros servicios diferenciales, adaptados a sus preferencias particulares.

El cliente podría obtener con su tarjeta de identificación o su dispositivo móvil, información personalizada, promociones, servicios especiales, etc.

También es posible asistir al cliente en sus compras. Por ejemplo, el cliente posee la lista de compras en un dispositivo móvil, que al entrar al local es leído por el sistema, y posteriormente se recomienda al cliente el mejor camino a realizar.

Este sistema provee información valiosa que luego puede ser utilizada para campañas de marketing o promociones.

Por otra parte las mermas representan un costo elevado que puede ser minimizado. Normalmente, las mermas se dan por devoluciones no registradas, errores en salida por caja, precio incorrecto, errores de inventario, hurtos, etc.

Para evitar hurtos o pérdidas es posible ubicar etiquetas en los productos de interés, sin necesidad de retirarlas al pasar por caja. Simplemente se puede borrar en forma automática la información de la etiqueta una vez que el producto fue abonado.

Entre estas tecnologías se encuentran: RFID (identificación por radiofrecuencia), RTLS (real time location system), Bluetooth, sistemas de procesamiento de imágenes, sistemas de voz, etc.

Algunas aplicaciones posibles:

- Etiquetado RFID de productos o cajas, en sustitución o en paralelo con el código de barras.
- Automatización de la entrada o salida de productos de depósito por lote, sin necesidad de línea de visión, ni contacto físico.
- Visibilidad y gestión de inventarios.
- Programas de fidelización. Promociones. Marketing de proximidad. Soporte en punto de venta.
- Sistema antirrobo.
- Ayuda en tareas de reposición en góndola.
- Identificación del cliente. Información y servicios diferenciales al cliente.
- Identificación rápida de productos por caja registradora.
- Brindar al cliente acceso a información completa de un producto.
- Góndolas inteligentes.
- Punto de información automática.