



POS Management



**La soluzione più completa
per ottenere la visione a 360°
del punto vendita**

E' necessario disporre di tutte le informazioni per pilotare correttamente le attività sul punto di vendita.

La Distribuzione Moderna

I continui e rapidi cambiamenti nel mondo della distribuzione rappresentano per i fabbricanti di prodotti di largo consumo una sicura perdita di visione del posizionamento del prodotto sul punto di vendita e costituiscono una diminuzione dell'efficacia delle azioni promozionali.

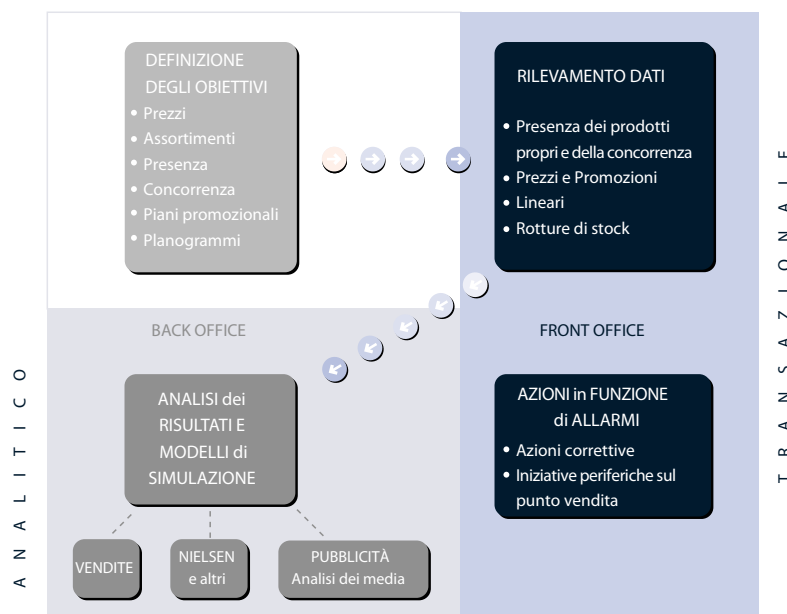
Questo tipo di mercato si caratterizza per la complessità nella negoziazione con la Grande Distribuzione e per la crescente perdita di visibilità dei singoli prodotti a danno esclusivo dei fabbricanti di generi di largo consumo; questo fenomeno è in parte motivato dalle concentrazioni delle grandi superfici espositive e dall'aumento numerico della concorrenza.

La scarsa affidabilità delle Catene nella realizzazione delle azioni promozionali, unita a problematiche di rottura di stock dei prodotti sui lineari, rende il processo decisionale più complesso; il risultato si traduce in una pesante riduzione dell'efficacia e della redditività delle campagne promozionali.

Questo scenario impone alle Aziende produttrici di disporre con regolarità di una serie di informazioni affidabili e puntuali sul proprio posizionamento di mercato e sulla presenza dei vari concorrenti.

RISORSA SalesWare POS Management è la soluzione globale che offre gli strumenti necessari a massimizzare i risultati promozionali nel punto di vendita, mediante la definizione e il controllo delle attività che devono essere realizzate. Inoltre questa soluzione mette a disposizione dell'Organizzazione tutte le informazioni necessarie per facilitare il processo decisionale e le strategie da attuare per aggredire il mercato di riferimento.

FLUSSO DELLA SOLUZIONE



Pos Management



Disporre di un corretto posizionamento nel punto vendita è la chiave per raggiungere gli obiettivi attesi: per questo è importantissima la verifica puntuale della situazione.

Definizione degli obiettivi

Questo modulo definisce i valori di riferimento e i dati di obiettivo per i differenti fattori di analisi e di controllo. Questi valori sono il risultato dei piani promozionali concordati con la Grande Distribuzione, da cui dipende fortemente il ritorno economico dell'investimento promozionale. I propri prodotti e quelli della concorrenza, i punti vendita da visitare, i planogrammi, le azioni da attuare sono alcune delle variabili che permettono di definire il sistema per la gestione del punto vendita.

Registrazione dei dati

La raccolta dati prende spunto da una rete di punti vendita disegnata dalla sede centrale o definita dallo stesso gestore del punto vendita (promoter, venditore,...). I dati vengono raccolti in una sequenza libera oppure seguendo lo schema definito dalla sede centrale, per poter meglio indirizzare le rilevazioni.

Questa operazione può essere realizzata utilizzando strumenti diversi quali HHC, PDA, Tablet PC o Personal portatili con o senza l'ausilio di strumenti a lettura facilitata. Inoltre il sistema permette un'operatività online e off-line in funzione del profilo utente e della situazione in cui questi sta operando.

Allarmi e azioni sul punto vendita

Una volta inseriti i dati, questi vengono confrontati con quelli di riferimento, e quindi ottimali, definiti preventivamente dalla sede centrale. In caso di differenze il sistema segnala chiaramente le anomalie riscontrate. Questo permette di mettere in atto azioni correttive immediate sul punto vendita e quindi di riportare la situazione reale ai valori desiderati.

Posizionamento della concorrenza, prodotti non referenziati, facing ridotti o mal distribuiti, rotture di stock, prezzi diversi, azioni promozionali concordate e non attivate possono essere alcune delle situazioni che l'adozione di questo sistema possono aiutare a correggere.

Permette inoltre il controllo sul punto vendita dei prezzi e delle attività di supporto concordate durante il lancio di nuove referenze.

Analisi dei dati

Risorsa SalesWare POS Management incorpora un sistema di analisi e simulazione che permette di monitorare il posizionamento dei prodotti sul punto vendita.

Queste analisi possono essere costruite ottenendo il massimo dettaglio desiderato. Inoltre il sistema permette l'introduzione di dati provenienti da fonti esterne e rende quindi possibile un trattamento comparativo unico, indipendente dalla provenienza delle informazioni; è per esempio possibile confrontare dati propri con quelli forniti da fonti quali Nielsen, IRI e altre agenzie di rilevazione esterne.

I dati raccolti in diverse forme permettono di realizzare analisi dettagliate sui prezzi, sulla presenza, sul facing, sulla concorrenza, sul posizionamento del prodotto, sulle promozioni, sulla redditività della promozione, ...





Benefici della soluzione

- Conoscenza dettagliata e affidabile del proprio posizionamento sul punto vendita.
- Ottimizzazione del rendimento dei piani promozionali.
- Miglioramento della gestione dello spazio espositivo.
- Aumento della redditività per metro lineare.
- Migliore conoscenza della concorrenza.
- Maggiore professionalità dell'operatore esterno, promosso da semplice merchandiser a gestore proattivo del punto vendita.
- Miglioramento delle relazioni con il responsabile cliente del punto vendita.
- Maggior efficacia in occasione del lancio di nuovi prodotti.
- Miglioramento del ciclo di rotazione del prodotto e contemporaneamente riduzione delle rotture di stock.
- Miglioramento del processo decisionale e contrazione dei tempi di reazione.
- Maggiore coinvolgimento della rete vendita nel processo di gestione del business