

Datalogic y Sato gestionan la Captura de Datos y el etiquetaje de las tiendas de Mothercare

La solución basada en el terminal portátil Memor para la gestión de precios del Grupo Mothercare fue finalista en los Premios 2011 Retail Systems “Mejor uso de tecnología de marketing en la tienda en el Comercio Minorista”

El Grupo Mothercare está formado principalmente por dos marcas del sector retail con atractivo internacional: Mothercare y Early Learning Centre. Mothercare es el retailer número uno especialista en futuras mamás y padres de niños pequeños. En sus 300 tiendas repartidas por todo Reino Unido mothercare ofrece todo lo que pueden necesitar, desde ropa hasta carritos. Early Learning Centre añade a esta oferta juguetes diseñados para ayudar a los niños a explorar los límites de su imaginación, potenciar su creatividad y fomentar el aprendizaje divertido.

Este importante retailer de Reino Unido necesitaba tener agilidad para implementar su estrategia de precios y rebajas a corto plazo. Poder poner en marcha “promociones instantáneas” para atraer el interés de los clientes ayuda a dar salida al stock de temporada y líneas de producto de baja rotación. El Grupo Mothercare necesitaba reducir el tiempo que dedicaban sus empleados para remarcar los productos y preparar la tienda para la época de rebajas, lo que da lugar también a un aumento en el flujo de inventario. La compañía quería eliminar los errores humanos en el cálculo de la reducción de precios, la generación de etiquetas en tiempo real y reducir el tiempo que se perdía por la utilización de etiquetas de papel. Básicamente, el Grupo Mothercare buscaba una solución que le permitiera reducir los costes e incrementara la eficacia.

SATO ofreció al Grupo Mothercare la solución perfecta. EL terminal portátil Memor™ de Datalogic ADC tiene acceso a una base de datos definida para realizar los cálculos de los precios, permitiendo a los empleados de la tienda dedicar más tiempo a actividades relacionadas con la venta directa. El terminal portátil Memor fue elegido además por el resto de sus características, tales como tamaño compacto, peso ligero, fiabilidad, durabilidad frente a caídas accidentales y exposición al polvo y al agua.

Desde la implantación de la solución de SATO y Datalogic, el Grupo Mothercare ha notado una importante reducción en el tiempo que dedican sus empleados a preparar las rebajas, dejándoles más tiempo para atender a clientes y otras tareas. La solución completa ha ayudado al Grupo Mothercare a aumentar la eficacia de sus costes y su tiempo, además de otras mejoras para el negocio.

Mark Birnie, Retail Operations Manager del Grupo Mothercare declara: “Para Mothercare y Early

Learning Centre la tecnología ofrecida por SATO y Datalogic representa la solución real a todos nuestros problemas. No es sólo su precio realmente competitivo, sino la facilidad para utilizarla, lo que nos permite tener flexibilidad de respuesta en el control total de nuestros precios. Ahora ahorramos tiempo, y como resultado, obtenemos un importante ROI. La relación entre SATO y Datalogic asegura la mejor solución para satisfacer las necesidades del mercado.”

El proyecto para mejorar la solución de etiquetaje y captura de datos del Grupo Mothercare por parte de SATO y Datalogic fue finalista en los Premios 2011 Retail Systems “Mejor uso de tecnología de marketing en la tienda en el Comercio Minorista”.