

Datalogic и Sato обеспечивают компании Mothercare решение для сбора данных и маркировки

В рамках проекта реорганизации процессов маркировки и сбора данных группы компаний Mothercare решение SATO и Datalogic было номинировано в категории «Лучший метод применения маркетинговых технологии в розничной торговле» на церемонии Retail Systems Awards 2011.

Группа Компаний Mothercare включает в себя два основных бренда, известных на международном уровне: Mothercare и Early Learning Centre. Mothercare представляет собой сеть специализированных магазинов для будущих мам и новорожденных. 300 магазинов, расположенных по всей Великобритании, предлагают все необходимое для малышей и их родителей, начиная от одежды и заканчивая колясками и постельными принадлежностями. Магазины Early Learning Centre добавляют к уже широкому ассортименту товаров своего «собрата» огромный выбор игрушек, помогающих детям развивать свое воображение, и делающих обучение веселым и развлекательным.

Перед этим крупнейшим британским ритейлером стояла задача по реализации уценки товара и распродаж в кратчайшие сроки.

«Мгновенные» акции помогают магазинам повысить потребительский интерес и снизить складские запасы товаров, пользующихся меньшим спросом. Mothercare нуждалась в подготовке к периоду распродаж и переоценке товара в кратчайшие сроки. Компания поставила задачу устранить человеческие ошибки при вычислении новых цен, создавать ценники в режиме реального времени и сократить количество отходов, образующихся при использовании бумажных ценников. В целом, решение, в котором нуждалась Mothercare, должно было обеспечить снижение расходов и повышение эффективности.

Компания SATO предоставила Mothercare идеальное решение. Терминал сбора данных MemoTM от компании Datalogic ADC обеспечивает доступ к базе данных для выполнения расчетов цен, что позволяет сотрудникам значительно экономить время. Его компактные размеры, небольшой вес, надёжность и устойчивость к падениям и воздействию влаги и пыли сыграли большую роль в выборе этого устройства среди конкурентной продукции.

С момента внедрения решения компания Mothercare заметила резкое сокращение времени, затрачиваемого на подготовку распродаж, что позволило сотрудникам магазинов уделять больше внимания обслуживанию клиентов и выполнению других задач. Решение также помогло Mothercare повысить эффективность операций и в целом улучшить бизнес.

Марк Бирни, производственный директор по розничной торговле группы компаний Mothercare заявил: «Для Mothercare и Early Learning Centre технологии, предоставленные компаниями SATO и Datalogic,

представляют собой реальное решения всех проблем. Помимо очень конкурентоспособной цены удобство использования и функциональность терминал Memor™ позволяют нашей компании гибко реагировать в период распродаж и поддерживать полный контроль над ценам. Теперь, мы экономим время и сокращаем бумажные отходы, что позитивно сказывается на возврате инвестиций (ROI). Сотрудничество SATO и Datalogic обеспечило наилучшее решение для удовлетворения потребностей нашего бизнеса.»

В рамках проекта реорганизации процессов маркировки и сбора данных группы компаний Mothercare решение SATO и Datalogic было номинировано в категории «Лучший метод применения маркетинговых технологии в розничной торговле» на церемонии Retail Systems Awards 2011.

Клиент: Группа компаний Mothercare Group (бренды Mothercare и Early Learning Centre)

Индустрия: Розничная торговля

Сфера применения: Магазины

Приложение: Контроль цен

Страна: Великобритания

Устройство Datalogic: Memor

Партнер: SATO