



**«Высший пилотаж»
доступен каждому**
Анализ на основе должностей

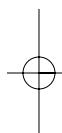
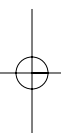
Исполнение обеспечено
Распределение обязанностей
с помощью цифровых
информационных панелей

В центре внимания
Революция в розничной торговле

Решение на ладони

Рассел Боуэр о том, как
компания Jewson использует
ручные терминалы для
обработки заказов

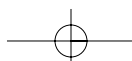
**Сборник статей о технологиях розничной торговли
по материалам журнала *Retailspeak* ЛЕТО 2008**



Microsoft

Данный сборник статей подготовлен по материалам журнала Retailspeak (ЛЕТО 2008, издатель компания Tudor Rose Holdings Ltd), на основании разрешения правообладателя.

Точка зрения авторов статей, включенных в настоящий сборник, может не совпадать с мнением корпорации Майкрософт или издателей. Несмотря на все приложенные усилия для обеспечения точности содержания сборника, редакция не несет ответственности за возможные ошибки и/или упущения.





В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

НОВОЕ В ТЕХНОЛОГИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- 04 **ЦИФРОВЫЕ ТОВАРЫ ИЗ МАГАЗИНА ПО ЗАПРОСУ**
Изготовление цифровых продуктов по месту продажи, предварительный обзор решений, рекомендации по сорсингу продуктов частных марок

передовица

- 14 **РЕШЕНИЕ НА ЛАДОНИ**
По мнению Рассела Боуэра, менеджера деловых услуг в сфере ИТ, эта технология удовлетворяет все потребности строителя отчетов. Сотрудники Jewson используют ручные терминалы, для того чтобы помочь заказчикам объединять заказы

статья

- 18 **«ВЫСШИЙ ПИЛОТАЖ» ДОСТУПЕН КАЖДОМУ**
Применимые в реальном времени данные, отсортированные по должности, а также простые в использовании средства, основанные на технологиях Майкрософт, станут надежной опорой в процессах принятия решений и анализа
- 26 **ДВИЖУЩАЯСЯ ЦЕЛЬ**
Лекс Мадапати (Lax Madapaty) объясняет, каким образом Microsoft System Centre Mobile Device Manager 2008 обеспечивает безопасность специализированных бизнес-приложений для персонала, работающего вне офиса
- 30 **ИСПОЛНЕНИЕ ОБЕСПЕЧЕНО**
Решения по управлению задачами и персоналом гарантируют выполнение и соответствие правилам при разовых операциях, тогда как устройства с предустановленной Windows по-прежнему предоставляют возможности для улучшения уровня обслуживания

в центре внимания

- 34 **РЕВОЛЮЦИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ**
Обзор технологий розничной торговли, применяемых во Франции
- 36 **РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАВЦЫ ДЕЛЯТСЯ ОПЫТОМ**
Круглый стол с компаниями Bestseller, Asics и Dolly Dimple

точка зрения

- 38 **ИНТЕГРАЦИЯ КАНАЛОВ СБЫТА**
- 40 **SOFTWARE PLUS SERVICES ДЛЯ РОЗНИЧНОГО РЫНКА**

технология в действии

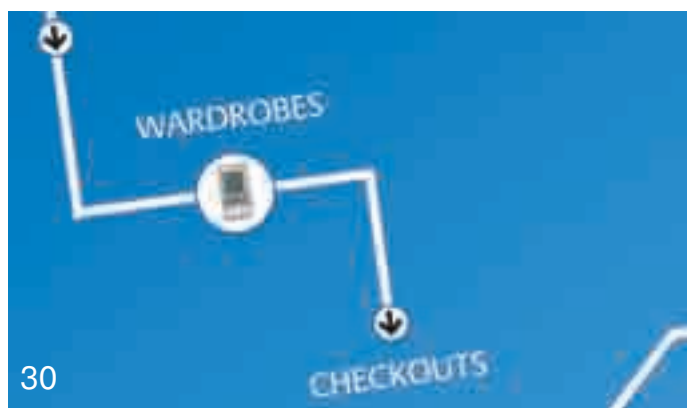
- 41 **Примеры внедрения из США, Норвегии, Дании и Ирландии**

исследования и анализ

- 47 **ВЯЛО, НО... ТОЛЬКО НЕ В ИНТЕРНЕТЕ**
Новейшие рыночные исследования

отраслевое интервью

- 49 **ПИЦЦА ДЛЯ РАЗМЫШЛЕНИЙ**
Алан Мак-Клей, исполнительный директор CIES, рассказал о ведущей роли организации в мировом развитии розничной торговли



ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПО МЕСТУ ПРОДАЖИ

Цифровые товары из магазина по запросу



От выбора товара до получения его копии покупателем проходит не более пяти минут

Всегда ли есть в наличии любой товар? Это новая информация для большинства покупателей розничных магазинов. Благодаря цифровому представлению появилась возможность изготовления непосредственно в магазине таких товаров, как программное обеспечение, фильмы, музыкальные альбомы и аудиокниги. И прежде всего тех из них, что пользуются спросом.

Компания Tribeka вместе со своим партнером по договору концессии, компанией On Demand Retail, открыла в Лондоне на Оксфорд-Стрит магазин store-in-store («магазин в магазине») сети Borders. Это первый в мире «магазин по запросу», как они его сами называют. С помощью вновь разработанной технологии SoftWide покупатель может выбрать желаемый товар из обширного каталога, включающего свыше 1600 наименований программных продуктов, и прямо здесь, в магазине, получить его копию. Сам иллюстрированный каталог программных продуктов размещен на площади около 400 кв. футов. Ежемесячно порядка 250 000 покупателей посещают это удобное место на Оксфорд-Стрит.

«Borders активно стремится ассоциироваться с новаторской инициативой, — говорит Дэвид Кон (David Kohn), коммерческий директор сети Borders в Великобритании. — Технология предназначена не только для компакт-дисков и DVD-дисков, но и для работы со стандартными форматами CD и DVD. Мы считаем, что она способна радикально трансформировать накопленный опыт и экономику розничных продаж товаров индустрии

развлечений. Уже сейчас мы взаимодействуем с издательскими организациями, стремясь расширить их предложение функцией "произносимого слова". Мы убеждены, что существует большой потенциал, чтобы снова вдохнуть жизнь в этот сектор рынка».

Процесс изготовления копий в магазине на основе представленных предложений гораздо более эффективен и выгоден, чем традиционный запас товаров на складе. И при этом покупатель уходит из магазина с товаром того же самого качества. По технологии SoftWide предусмотрено распечатывание любой сопутствующей литературы, руководства или обложки — в результате товар не уступает подлиннику. Преследуя цель постоянного расширения каталога, Tribeka заключила соглашения более чем с 225 ведущими фирмами-производителями программного обеспечения, включая BBC, Dorling Kindersley, Lego, McAfee, Sage и Britannica. Решение SoftWide поддерживает музыку и может быть адаптировано к выпуску новых типов игровых консолей, а также фильмов.

Покупатели магазина Borders выбирают товары либо из интерактивного электронного каталога, либо из его печатной версии. Чтобы показать работу системы, на плазменных панелях циклически повторяются демонстрации. Как только покупатели сделали свой выбор и приобрели товар, система SoftWide получает авторизацию из центра управления компании Tribeka путем выпуска защищенной лицензии и начинает копирование на месте. Копировальное и печатающее оборудование в небольшом подсобном

помещении завершает процесс; при необходимости предоставляется руководство пользователя и цветной вкладыш для стандартной упаковки.

Система, разработанная с применением веб-служб Microsoft C# .NET 2.0 и Microsoft .NET, используется с целью обеспечения необходимых функциональных возможностей и интерфейсов для других языков и платформ. Для хранения данных о товаре и обработке транзакций серверные системы используют Microsoft SQL 2000/2005 Server. Службы Microsoft SQL Server Reporting Services и Microsoft SQL Integration Services применяются для составления отчетов, миграции данных и бизнес-аналитики. Внутримагазинные системы обслуживания разработаны на основе Windows и используют серверы Microsoft.

«Система SoftWide упраздняет необходимость хранения запасов и избавляет от сопутствующих проблем, таких как неликвидные и устаревшие товары, нехватка товара или потребность в инвентаризации», — подчеркивает руководитель и основатель компании Tribeka Дэниел Долл-Стэйнберг (Daniel Doll-Steinberg). И продолжает: «Это значит, что всегда доступны последние версии продуктов, отсутствуют задержки на поставку товаров, а расходы на поставку минимальны. В свою очередь, специальная инфраструктура распространения и копирования сводит к минимуму вероятность технического пиратства или физической кражи».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.tribeka.com
www.borders.co.uk

СИСТЕМНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

Аукционный дом стремится объединить свои операции

Компания uBid, предоставляющая услуги интернет-аукционов, выбрала программные средства Microsoft Dynamics AX 4.0 и Dynamics CRM Online для замены своей прежней системы планирования ресурсов Oracle EBusiness Suite и программного обеспечения Siebel CRM. В результате компания рассчитывает на повышение эффективности ИТ-платформы, особенно за счет улучшения поддержки оборудования, операционных систем и баз данных при одновременном уменьшении числа наемных служащих.

Компания Columbus IT, сертифицированный партнер Microsoft со статусом Microsoft Gold, внедрила в uBid программный пакет Dynamics для поддержки вспомогательных транзакций электронной коммерции, стремясь интегрировать его с сервером SQL и ориентированным на заказчика механизмом электронной коммерции на основе технологий Microsoft. Пакет Microsoft CRM Online обеспечит управление контактами для центра обработки вызовов uBid и будет интегрирован с решением Microsoft Dynamics AX.

ИНТЕГРАЦИЯ СИСТЕМ

Blockbuster объединяет магазины с Arquiconsult

Глобальная видеопрокатная франчайзинговая сеть Blockbuster выбрала компанию Arquiconsult Sistemas de Informacao для осуществления интегрированного проекта по управлению своими информационными системами в Португалии. Всего во владении Blockbuster находится более 8200 магазинов.

Ядро проекта включает офисную реализацию Microsoft Dynamics NAV в 26 фирменных магазинах Blockbuster в Португалии. В решение также входит надстройка к Microsoft Dynamics NAV, LS Retail. Интегрированное решение разработано таким образом, что обновленные сведения о продажах и результаты с разбивкой по магазинам постоянно доступны всем участникам цепочки продаж независимо от того, как они работают: интерактивно или автономно.

Arquiconsult — это консалтинговая компания, которая специализируется на информационных системах, основанных на технологиях Microsoft Dynamics NAV, и состоит из группы экспертов с большим опытом участия в таких проектах в Португалии.

Решение, предложенное Blockbuster, будет включать финансовый, фондовый,

«Компания uBid искала партнера, который предложил бы ей своего рода сотрудничество со своими исполнителями, — говорит Эд Кроуфорд (Ed Crawford), главный специалист Columbus IT по работе с бухгалтерскими счетами. — На каждом очередном этапе мы привлекали определенную группу специалистов, работающих в сфере профессиональных услуг, чтобы в рамках Microsoft Dynamics AX реализовать соответствующую функциональность».

Применение Microsoft Dynamics AX 4.0 позволит uBid разделить всю финансовую отчетность между тремя юридическими лицами и головной компанией по независимым главным книгам, а также воспользоваться преимуществами прогнозируемой функциональности. Новая технология предназначена для упрощения международных поставок uBid, внесения изменений в систему комиссионных сборов продавцов.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.ubid.com
www.columbusit.com

логистический и закупочный модули, а также реализацию Microsoft Dynamics NAV CRM. Надстройка LS Retail прежде всего будет использоваться в управлении видеопрокатом, который является основным бизнесом компании.

Главным итогом внедрения станет, как ожидается, стандартизация административных систем во всех магазинах. Это позволит проводить анализ данных, поступающих из всех магазинов, что, в свою очередь, обеспечит конкурентное преимущество, прежде всего благодаря возможности получить более точное представление о клиентах каждого магазина и группы магазинов.

Более глубокое знание предпочтений покупателей поможет также управлять запасами и персоналом магазинов. Несмотря на важность всех этих преимуществ для компании, главный приз все равно достанется клиентам: их обслуживание станет более быстрым и эффективным, а предоставляемая им информация — более точной и ясной.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.lsretail.com
www.blockbuster.com
www.arquiconsult.com

НОВОСТИ...

Корпорация Microsoft открыла первый Центр разработки встроенных систем (Microsoft Embedded Systems Development Centre, MESDC) в Аахене (Германия). MESDC — это одна из инициатив Microsoft по развитию региональных центров разработки в Дании, Франции, Ирландии, Сербии и Англии, а также в других странах Европы. MESDC будет содействовать мировым научно-исследовательским и опытно-конструкторским разработкам, способствовать созданию новых технологий встроенных операционных систем Microsoft и углублять сотрудничество между группами компаний, специализирующихся в США, и их коллегами в Европе.

Как следует из результатов исследования, проведенного недавно по заказу компании **ACL Services** и посвященного финансовым операциям мировых организаций розничной торговли, чем больше изменений пришлось испытать компаниям, тем выше у них вероятность риска и ошибки в финансовых расчетах. Было установлено, что 67% в общей группе из 48 наблюдаемых компаний за последние 12 месяцев пережили либо слияние, либо поглощение, либо реорганизацию отделов; из них в 83% произошли определенные изменения в структуре финансового анализа, а 52% из этих последних убеждены, что в результате был причинен ущерб работе компании.

AJG Parcels, независимый перевозчик, обслуживающий Северо-Шотландское нагорье и Шотландские острова, осуществляет поставки на дом, используя 10 складов, 160 служащих и 80 грузовиков. С помощью компании **Spirit Data Capture** организации **AJG** удалось отказаться от ежедневного ввода вручную примерно 3500 подтверждений о доставке груза вследствие перехода на применение 180 смартфонов Compaq M3+ с установленными на них Windows CE 4.2 или CE 5.0. Смартфоны позволяют сохранять в электронном виде подпись покупателя и в режиме реального времени пересылать ее непосредственно в систему работы с клиентами. Устройства также используются в спутниковой навигации, поскольку грузовики оборудованы системой GPS.

В последний выпуск платформы .NET Framework 3.0 корпорации Microsoft включена дополнительная поддержка стандарта BPML 2.0, предоставляющая разработчикам и независимым поставщикам программного обеспечения нужные средства и возможности для автоматизации рабочих процессов с применением BPML. Microsoft's Process Alliance — это группа из 10 лидирующих поставщиков программного обеспечения, стремящихся расширить доступность приложений для управления бизнес-процессами на основе платформы Microsoft. Группа была основана компаниями AmberPoint, Ascent, IDS Scheer, Fair Isaac, Global360, InRule, Metastorm, PNMsoft, RuleBurst и SourceCode Technology Holdings.

Группа розничных продавцов, экспертов и приглашенных ИТ-профессионалов собралась в марте в лондонском отеле Хилтон на презентацию Алекса Мика (Alex Meek) из компании **The Pier**, рассказавшего, как и чем руководствовались розничные компании по продаже домашнего программного обеспечения при выборе, внедрении и извлечении преимуществ от использования нового решения EPOS. Организатором мероприятия выступил поставщик POS-терминалов, компания **Argility**, которая представила данную разработку совместно со своим партнером, компанией **Arnel**.



НОВОЕ В ТЕХНОЛОГИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ДАЙДЕЖЕСТ МЕРОПРИЯТИЙ

коротко о событиях...

В этом году выставка **Kiosk Europe Expo** проводилась в Эссене (Германия) с 6 по 8 мая. На ее демонстрационной площадке Futures Parlour были представлены инновационные интерактивные технологии и решения. Соседняя выставка Digital Signage Expo 2008 разместила контент-центр, где посетители могли посмотреть некоторые новейшие разработки в цифровом медиа, от рекламных кампаний до примеров передового опыта.

С 21 по 22 июля 2008 года в Сингапуре проводился форум **In-store Marketing Forum**. Брошюра представлена на веб-узле: www.marcusevans.com

Space Planning for Retailers — высокоспециализированная конференция для мерчендайзеров, категорийных менеджеров и специалистов по территориальному размещению проводилась в отеле Regents Park Marriott Hotel (Лондон) с 20 по 21 мая. Несколько британских розничных продавцов и производителей фасованных потребительских товаров принимали участие в качестве выступающих.

Конференция **Retail Fraud 08** проводилась 1 мая в отеле Novotel (Лондон, р-н Хаммерсмит). Подробная информация приведена на веб-узле: www.retailevents.co.uk.

Retail Store Management — учебный курс, проводимый в Бомбее (Индия) с 22 по 23 мая. Основные темы, которые были освещены: опыт лучшего маркетинга и продвижения, управление материалами, людьми и деньгами, а также комплекс управления качеством.

ИТ-менеджеры розничной торговли, отслеживающие новейшие технологии веб-служб, найдут полезным саммит **Application Integration & Web Services Summit**, который проводился компанией Gartner с 25 по 26 июня.

Главное европейское мероприятие, посвященное инновациям в системе платежей, **Gift Cards @ Prepaid 08 Conference & Expo**, проводилось на лондонском пивоваренном заводе с 23 по 25 июня 2008 года. Успешная программа подарочных карт увеличивает посещаемость, наличную выручку, интенсивность торговли, лояльность и, в конечном счете, доходность. В круглом столе приняли участие менеджеры розничной и интернет-торговли, а также представители ведущих брендов.

С 18 по 19 июня в отеле **Grange City Hotel** (Лондон) проводился саммит **Retail Data Summit**, посвященный реализации управляемой данными стратегии коммуникации, гарантирующей вовлеченность клиентов на любом уровне.

СОБЫТИЕ

Выставка новых решений розничной торговли 2008 года

В 2008 году вновь представлены решения для отрасли розничной торговли. Новое местоположение выставки — лондонский выставочный центр ExCeL, предусмотрена также платная конференция (www.retailsolutions2008.com). Цель мероприятия — собрать воедино многочисленные конференции Retail Week, включая логистическую цепочку и форум «Розничные технологии», рассмотреть вопросы многоканальной розничной торговли, бизнес-аналитики, мерчендайзинга и предотвращения потерь.

Также запланирована серия практических семинаров по теме EPOS, PCI DSS и RFID.

Выставка, инициированная компанией BT Expedite, в этом году будет посвящена «зеленой» теме, в частности, будет затронут вопрос, каким образом технология может помочь предприятиям розничной торговли обеспечивать потребности своих клиентов, предоставляя им экологичные продукты и магазины. Более 200 ведущих поставщиков решений продемонстрируют продукты и службы, доступные для использования в отрасли розничной торговли.

Церемония награждения European Retail Solutions Awards (www.europeanretailsolutionsawards.com) прошла в среду вечером 25 июня.

Наградами отмечается успешное использование технологии предприятиями розничной торговли и поставщиками, которые успешно развивают свой бизнес. Также данная церемония отмечает некоторые наиболее прогрессивные европейские компании. В церемонии награждения представлены 15 категорий, включая ежегодную награду «Европейское решение для розничной торговли» (European Retail Solution), а также новые категории: «Лучшая зеленая ИТ-инициатива» (Best Green IT Initiative) и «Лучшая многоканальная интеграция» (Best Multi-channel Integration).

На выставке решений для розничной торговли Retail Solutions

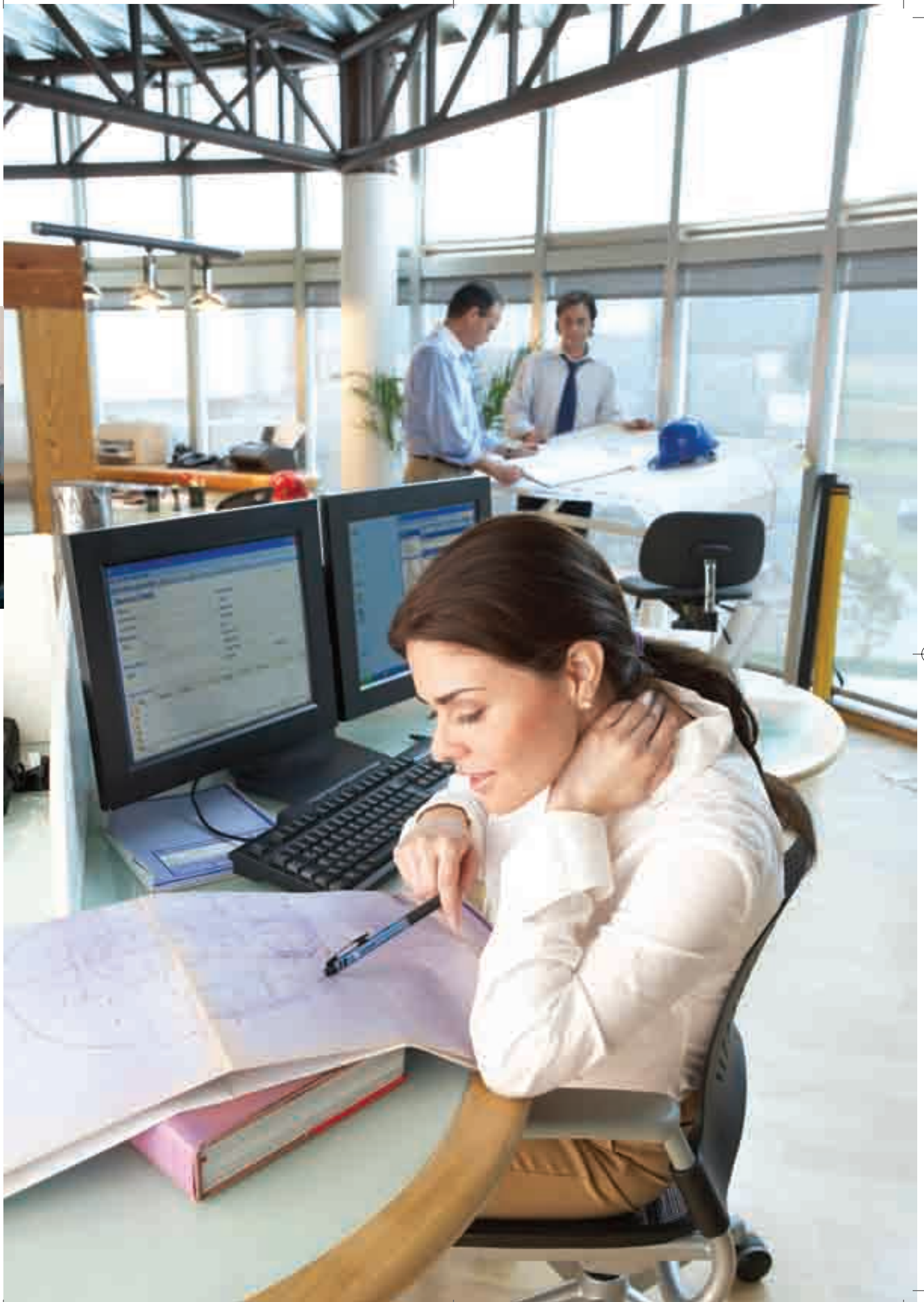


Стив Хиерн, компания Jaegar, получает от Сары Клееланд Xbox 360 как часть лотереи, проводимой на Retail Business Show

2008 эксперты этой сферы торговли из компании Triangle у стенда A30 продемонстрируют для менеджеров отрасли розничной торговли набор инструментов на основе Интернета. Эти инструменты улучшают коммуникации, совместную работу и наглядность соответствия нормативам.

На стенде G26 компания K3 планирует представить свои многоканальные решения для розничных продавцов как часть программы видения проблемы в более широком контексте. Программное обеспечение компании K3 для Microsoft Dynamics дает розничным продавцам возможность предлагать своим клиентам уникальные системы удаленного шопинга.

Компания VCS Timeless анонсирует свои новейшие средства бизнес-аналитики, планирование ассортимента продукции, систему обеспечения наличия товаров в продаже, управление складом и мобильные приложения для розничной торговли. У посетителей будет возможность посмотреть новейший выпуск приложения бизнес-аналитики Colombus.



ИССЛЕДОВАНИЕ

Лучшие методы для торговых марок

Новое сравнительное исследование было недавно проведено компанией Retail Systems Research (RSR) на средства компании Eqos. Исследование получило название PLM Squared: Product Lifecycle Management Powers Private Label Merchandise, и в нем представлены сведения об основных тенденциях отрасли, которые оказали влияние на программы продвижения собственного товарного знака на протяжении последних двух лет.

Согласно PLM Squared, за последние два года произошли следующие изменения: 77% исследуемых розничных продавцов увеличили объем и ассортимент товаров с собственным товарным знаком, предлагаемых покупателям; большая часть продавцов сократила время на изготовление новых продуктов; более половины продавцов увеличили количество совместных разработок с поставщиками.

«Когда в 2006 году проводилось подобное сравнительное исследование, розничные продавцы столкнулись с единственной серьезной проблемой — нахождением и удержанием надежных партнеров. В этом году среди основных трудностей были названы непостоянство качества продукции и соответствие нормативам, — говорит Пола Розенблюм

(Paula Rosenblum), автор отчета и управляющий партнер RSR. — Немало удивило, что по отзывам большинства розничных продавцов, включая очень крупных и компетентных участников рынка, транзитное время поставок заводской продукции не соответствует ожиданиям».

Согласно результатам исследования, 70% розничных продавцов увеличили объем продукции под собственным товарным знаком, которую они выпускают совместно с поставщиками. На долю отстающих приходится 33%. Также были установлены особенности, присущие лидерам отрасли розничной торговли: такие компании способны превзойти своих конкурентов на рынке, не ставя под угрозу валовую прибыль; постоянное фокусирование на снижении времени выполнения заказа заставляет розничных торговцев проявлять большее беспокойство по поводу вместимости порта; группа лидеров все чаще и регулярнее превосходит по производительности своих поставщиков.

«Приоритеты розничной технологии выходят за пределы сводных таблиц и определяют мероприятия в важных сферах бизнеса, таких как управление поставщиками и качество продукции, — отмечает г-жа Розенблюм. —

И действительно, 95% исследованных розничных торговцев подтвердили ценность управления жизненным циклом продукции, глобальной логистической стратегии, управления поставщиками, технологий «track and trace» для более эффективного управления программами собственного товарного знака».

«Мы с удовольствием поддерживаем такие важные инициативы, как это исследование, которые позволяют держать руку на пульсе тенденций рынка розничного PLM, — говорит Джейн Биддл (Jane Biddle), руководитель службы маркетинга компании Eqos и вице-президент американского отделения. — Исследование выявляет не только рост интереса к вопросам концентрации на качестве и соответствия нормативам. Согласно ему, лидерам отрасли розничной торговли принадлежит инициатива в совместных разработках. Данное исследование подтверждает также главную роль компании Eqos в поставке PLM-решений ведущим мировым розничным продавцам».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.retailsystemsresearch.com

МОБИЛЬНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Персонал John Lewis использует SecurAccess

Компания John Lewis Partnership выбрала решение от компании SecurEnvoy, позволяющее персоналу задействовать свои мобильные телефоны для получения безопасного доступа к корпоративным системам. В настоящее время пятнадцать тысяч служащих John Lewis (Великобритания) уже используют решение SecurAccess, двухфакторную проверку подлинности, которая трансформирует мобильные телефоны в виртуальные маркеры.

Вместо использования маркеров или смарт-карт система SecurAccess посылает секретный код на мобильные телефоны пользователей. При входе в корпоративную систему пользователи вводят свой идентификатор пользователя Microsoft Active Directory и пароль, а затем секретный код, который был отправлен им ранее на мобильный телефон. Как только секретный код введен, он заменяется новым, который также посылается на телефон. Такая функция предварительной загрузки устраняет потребность в установке любого программного обеспечения на мобильное устройство и предоставляет пользователям доступ к секретному коду по требованию, т. е. им не приходится ждать, когда придет сообщение SMS.

Компания John Lewis рассчитывает получить экономию за счет перехода от двухфакторной проверки подлинности, основанной на маркерах, к проверке на основе SecurAccess. Лицензия пользователя дешевле покупки, замены и размещения маркеров, затраты на развертывание ниже, и не требуется никакого специального обучения для столь большого числа работников сразу.

«Наша компания использует традиционную двухфакторную проверку подлинности на основе маркеров посредством систем удаленного доступа с конца 1990-х гг., — говорит Мэтью Клементс (Matthew Clements), ведущий программист компании John Lewis Partnership. — Однако после анализа капитальных и некапитальных затрат, а также административных расходов, ассоциируемых с существующей системой, мы решили искать более дешевую альтернативу и обнаружили, что предлагаемый SecurEnvoy способ без применения маркеров — превосходное и экономичное решение».

«Гибкость, эффективность и дополнительная безопасность использования мобильных телефонов и SMS обладают очевидными преимуществами по сравнению



Корпоративные системы компании John Lewis доступны ее служащим «на ходу»

с традиционными методами двухфакторной проверки подлинности, — вступает в разговор Стив Воттс (Steve Watts), директор по продажам SecurEnvoy в Великобритании. — Такие клиенты, как компания John Lewis, нередко останавливают свой выбор на SecurEnvoy благодаря нашей скорости развертывания, невысокой стоимости одного места, неограниченной масштабируемости и прекрасным отзывам».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.johnlewis.com
www.securenvoy.com

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ И ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК

Улучшенные процессы для цепочки поставок



Развитые процессы помогут Costa соответствовать растущему спросу

Британская цепочка поддержки гостиничного бизнеса Costa Coffee успешно завершила ключевую стадию своего главного проекта, использующего решение Epicor Enterprise в целях поддержки активного роста общефирмовых продаж. Продукт Epicor основывается на Microsoft .NET Framework и в качестве базы данных использует Microsoft SQL Server.

Цепочка Costa ожидает, что новые возможности будут способствовать дальнейшему ежегодному двузначному приросту бизнеса по приготовлению запеченных продуктов, продажам и логистике. Компания поставляет кофе и полный спектр фирменных обозначений, чашек и товаров более чем 2500 отелям, университетам, больницам, центрам досуга, авиалиниям, судам, пабам, барам и ресторанам по всей территории Великобритании.

«Цепочка Costa Coffee изначально базировалась на своей системе National Accounts и продолжает расти бок о бок с нашей розничной группой, — сообщает Боб Уайльд (Bob Wilde), руководитель систем компании Costa Coffee. — Как один из старейших элементов нашего бизнеса, подразделение National Accounts работает с отечественными системами, которые использовались в течение многих лет. В 2006 году мы запустили стратегический проект, чтобы уделить внимание способам модернизации и совершенствования данного бизнеса, которые дали бы нам возможность удовлетворять растущий спрос, наблюдаемый нами в настоящее время».

«Очень скоро выяснилось, что Epicor Enterprise является лучшей системой для наших задач, — продолжает г-н Уайльд. — Однако мы вынуждены были отступить назад и внедрить изменения в наши основные процессы обработки

заказов, ведения счетов и определения новых ключевых показателей эффективности для бизнеса, чтобы полностью использовать решение Enterprise».

В конце 2006 года началось обновление до версии Epicor Enterprise 7.3.6, благодаря которому были установлены несколько новых модификаций интерфейса, а также более своевременная и дающая основания для действий бизнес-аналитика. «Мы эффективно избавились от множества ненужных шагов в процессе принятия заказов, который в данный момент происходит быстрее и при этом позволяет сократить количество ошибок, — объясняет г-н Уайльд. — Мы также реструктурировали главную бухгалтерскую книгу, чтобы ускорить поиски, и использовали новые средства бизнес-аналитики для создания более содержательных отчетов с целью поддержания управления долгом и выполнения наших новых показателей эффективности».

Последняя стадия оптимизации и незначительных модификаций, основанная на обратной связи с пользователем, сейчас находится в процессе разработки и должна завершиться в течение 2008 года. В заключение г-н Уайльд добавляет: «Общий проект рассматривается нами как огромный успех. На стороне систем мы занимаем очень твердую позицию, и оказалось, что наша вера в Epicor имеет под собой хорошее основание, поскольку теперь у нас есть крепкая платформа для роста в течение следующих нескольких лет».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.costa.co.uk
www.epicor.com

кратко...

Компания **ARC Retail** запустила новые форумы Retail Best Practice Forums — серию ежеквартальных мероприятий, посвященных руководящим идеям и работе в сети. Продолжительность каждого из форумов составляет полдня. На форумах будут затронуты четыре темы: управление глобальной торговлей, управление ассортиментом и организация рабочего пространства, управление цепочками поставок и розничная торговля. Форумы предлагают возможность совместного рассмотрения лучших практических методов с обсуждением их возможных достоинств и недостатков на примерах аналогичных предприятий отрасли розничной торговли. На форумах можно получить новые идеи, а также усовершенствовать обучение и развитие на всех уровнях.

Компания **Conchango** анонсировала двухгодичное партнерство с датской компанией **Mondo**, поставляющей услуги ИТ. Целью партнерства станет перепродажа цифровой коммерческой платформы в Дании. Партнерство дает компании Mondo, обладающей сертификатом Microsoft Gold Partner, исключительные права на продажу датским розничным продавцам платформы следующего поколения Web 2.0. Компания Conchango сообщила, что цифровая коммерческая платформа даст возможность компании Mondo создавать динамичные веб-узлы для розничных продавцов, которые хотят гибко управлять содержимым в сети, привлекать потребителей и предлагать современные линии продуктов и информацию.

Изготовитель и дистрибьютор медицинских товаров компания **Alimed**, работающая по каталогам, остановила свой выбор на пакетах Microsoft Dynamics AX и Microsoft Dynamics CRM, используемых в качестве основы для управления бизнесом и расширения взаимодействия с клиентами. Компания **Dedham** интегрирует решение, которое сократит затраты компании и ее клиентов и с помощью расширения канала электронной коммерции упростит процесс приобретения товаров для клиентов, а также улучшит скорость и качество обработки данных, поместив всю информацию о клиентах в отдельную базу данных.

Saturn Communications выпустила Connectvision Enterprise, новый продукт цифровых обозначений, нацеленный на корпоративный рынок. Программное обеспечение, отвечающее требованиям HD и Vista Ready, было графически усовершенствовано при помощи структуры презентации Microsoft Windows, которая позволяет независимо управлять многими экранами. Это дает возможность разместить на отдельном экране информацию из разных цифровых источников, которая будет автоматически обновляться в режиме реального времени.

Ведущая британская мебельная корпорация **Dreams** автоматизировала процесс управления своим имуществом с помощью компании КЗ, крупнейшего британского поставщика решений на основе Microsoft Dynamics. Решение по управлению собственностью КЗ комбинируется с основными финансовыми модулями Microsoft Dynamics, чтобы предоставить возможность компании Dreams отслеживать активы, управлять комплексными договорами об аренде и через модуль обслуживания собственности управлять ремонтом и обслуживанием недвижимости и оборудования.



НОВОЕ В ТЕХНОЛОГИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ДАЙДЖЕСТ

НОВОСТИ...

Сеть магазинов готовой одежды **All Saints** приобрела финансовую систему **Dream** компании **Coda**, созданную на основе последней версии продукта Microsoft SQL Server и технологии .NET и отвечающую требованиям завтрашнего дня. «Система бухгалтерского учета Dream хорошо интегрируется в существующую ИТ-инфраструктуру и работает с другими нашими системами, — говорит Сэлли Льюис (Sally Lewis), финансовый директор компании All Saints. — Данные транзакций из систем выставления счетов легко импортируются в систему Dream, и перед обновлением системы проверяется достоверность этих данных, поэтому мы будем всегда уверены в цифрах, указанных в отчетах».

Компания **Double-Take Software** установила партнерские отношения с компанией **Citrix**, целью которых является создание решения для роста производительности ИТ-системы и усиления защиты данных путем повышения скорости выполнения серверных приложений. Благодаря новому интегрированному решению **Double-Take** с приложением **Citrix WANScaler** заказчики смогут удаленно оптимизировать бизнес-приложения и обеспечивать их защиту. Кроме того, решение оптимизирует критические данные заказчика и улучшает их доступность, что особенно важно при выполнении аварийного восстановления.

Корпорация **Microsoft** и компания **IBM** объединили усилия по созданию мощного, самонастраивающегося plug-n-play-решения на основе выпуска Windows Embedded, благодаря которому компании розничной торговли, гостиничного и ресторанный бизнеса смогут быстрее и проще предоставлять заказчикам сведения и услуги. Операционная система Windows Embedded for Point of Service корпорации Microsoft будет предустановлена в интерактивных торговых терминалах самообслуживания производства компании IBM. Согласно официальным сведениям, полученным от обеих компаний, объединенное решение является простой в управлении платформой терминала, облегчающей работу сотрудников и доступ покупателей к продуктам и информации.

Сеть торговых точек по производству суши **Wasabi** выбрала компанию **Quintek Systems** в качестве партнера по внедрению комплексного **EPOS**-решения во всей компании. Планируется, что компания Quintek установит программное обеспечение **EPOS** в каждой торговой точке, работающей под управлением терминалов Toshiba ST-71. Система **EPOS** — это быстрое и удобное в эксплуатации программное решение на основе Windows, предназначенное для крупномасштабного гостиничного и ресторанный рынка. Компания Wasabi планирует внедрить это решение, чтобы воспользоваться расширенными функциями торговых терминалов и операционных отделов во всей компании.

Голландский супермаркет высокого уровня **Maison de Bonneterie** внедрил решение для планирования от компании **Darwin Retail** в центральных магазинах в Амстердаме и Гааге. Дополнительное решение для торгового планирования **Darwin** — это стандартный интегрированный набор модулей, упрощающий управление бюджетом компании, сбором денежных средств и оборотом товарных запасов. Новое решение интегрировано с существующей ИТ-платформой компании **Maison de Bonneterie** на основе Microsoft Dynamics. Британская специализированная компания-производитель **FA Parkes** открыла собственный интернет-магазин, после чего общий объем продаж увеличился на 20%. Новый портал интернет-продаж работает на модуле **Ericor Storefront**. Благодаря взаимодействию с консультантами из компании по внедрению решения **Part Trar** компании **FA Parkes** удалось успешно развернуть портал интернет-продаж всего за четыре недели.

УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ПРОДУКТА

Компания Agent Provocateur. Секрет успешного бизнеса



Первый магазин под маркой Agent Provocateur открылся в 1994 году

Британская сеть магазинов Agent Provocateur по продаже изысканного женского белья обратилась к услугам компании **K3** для поставки новой ИТ-системы, которая позволила бы улучшить весь процесс управления жизненным циклом товара. Кроме решения этой важнейшей задачи, возможности системы включают управление критическим путем и данными о товарах, отчеты о производительности, а также веб-порталы поставщика и франчайзинговые веб-порталы для удобного, всестороннего сотрудничества при обработке заказов и управлении складом.

«Мы выбрали компанию **K3** в качестве партнера по поставке и внедрению решения Microsoft Dynamics, так как нам необходима система, способная обеспечить поддержку развивающегося бизнеса со сложной структурой, множеством каналов продаж и торговых точек, — говорит Энди Уотерс (Andy Waters), глава отдела коммерческих операций компании Agent Provocateur. — У нас грандиозные планы по расширению присутствия на рынке, поэтому нам требуется масштабируемая многоканальная платформа, которая станет стимулом дальнейшего развития бизнеса. Компания **K3** обладает достаточными возможностями для обеспечения международной поддержки, это надежный бизнес-партнер по управлению глобальными франшизами».

«Решение Microsoft Dynamics от компании **K3** характеризуется

низким риском и масштабируемостью, что поможет приумножить ценность нашего бизнеса, — продолжает г-н Уотерс. — У компании **K3** есть большой опыт в поставках программного обеспечения на основе решений Microsoft, отвечающего всем требованиям и способного обеспечить поддержку существующего портфеля продуктов и развиваться совместно с бизнесом».

Решение **K3** будет интегрировано с существующим решением для электронной коммерции, в него входит электронный торговый терминал (**EPOS**), а также средства продвижения товара, планирования, складского учета и бизнес-анализа. Кроме того, оно позволяет розничным магазинам управлять отделами продаж и маркетинга, а также отслеживать финансовые операции.

«Мы предлагаем полный программный пакет для поддержки всех аспектов бизнеса компании Agent Provocateur, — говорит директор по сбыту компании **K3** Пол Мэйкин (Paul Makin). — Компании требовалось масштабируемое решение, и мы рады, что возможности компании **K3** в этой сфере были оценены по достоинству». Внедрение данного решения уже началось, и по плану оно должно завершиться к июню 2008 года.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.agentprovocateur.com
www.k3btg.com

ТЕРМИНАЛ ПРОДАЖ (POS)

Интеллектуальный операционный отдел
компании Martin McColl

Компания Martin McColl, крупнейший в Великобритании независимый оператор магазинов повседневного спроса и газетных киосков, планирует развернуть в рамках компании инфраструктуру терминалов продаж (POS) на основе программного обеспечения от компании Torex Retail. POS-решение будет внедрено более чем в 1300 магазинах и наделено всеми функциями операционного отдела с интегрированной цифровой системой скрытого видеонаблюдения (CCTV) и системой электронного каталога, обеспечивающей доступ к расширенному ассортименту товаров магазина.

Компания Torex планирует внедрить и поддерживать свое решение Torex Power-POS для магазинов повседневного спроса наряду с процессорными модулями HP RP5700

POS для розничной торговли, оснащенными сенсорными экранами MultiQ, которые выводят на терминал видео для покупателей. Благодаря службам Microsoft Reporting Services и базам данных SQL Server в решении поддерживается создание ручных или плановых отчетов для отслеживания тенденций потребительского спроса.

Кроме того, в это решение входят и функции интерактивного управления учетными записями для читателей рубрики сообщений о событиях внутри страны, позволяющие им заказывать новые публикации, уточнять праздничные дни и оплачивать счета по Интернету. А благодаря интеграции с системой CCTV решение Torex Power-POS для магазинов повседневного спроса позволяет обнаруживать подозрительные транзакции и автоматически захватывать цифровое видео в рамках

электронного аудита.

«После полномасштабного исследования наших внутримаркетинговых систем и стратегии POS мы выбрали компанию Torex с целью внедрения принципиально новой ИТ-инфраструктуры, которая отвечала бы нашим грандиозным планам на дальнейшее развитие, — говорит Джонатан Миллер (Jonathan Miller), финансовый директор компании Martin McColl. — Терминал Torex Power-POS для магазинов повседневного спроса способен предоставить реальные и измеримые преимущества для бизнеса во всех магазинах, повысив продуктивность их работы и улучшив общее впечатление покупателей от обслуживания».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.martinmccoll.co.uk
www.torexretail.com

Известно ли вам, что...

Примерно один из четырех сотрудников (22%) готов получать меньше, но работать дома. Из них 6% согласны на уменьшение зарплаты на 6–10%, а 2% готовы получать меньше на 16–20%.
Источник: Famatech

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Продавец канцтоваров Paperchase внедряет
бухгалтерские программы Dream от Coda

Компания Paperchase Products, специализирующаяся в розничной торговле и разработке инновационных канцелярских товаров на рынке Великобритании, приобрела последнюю версию программы бухгалтерского учета Dream компании Coda.

Программа Dream является лучшим в своей категории пакетом программ, поддерживающим гибкую, масштабируемую и настраиваемую среду бухгалтерского учета для развивающихся компаний, которые действуют преимущественно в Великобритании и других англоговорящих странах. Ориентированная на будущее программа Dream использует последнюю версию продукта Microsoft SQL Server и технологии .NET Framework, предоставляя пользователям широкие дополнительные возможности.

«Я работал с продуктом Dream в предыдущей организации и знаю его возможности, — говорит Кэвин Хит (Kevin Heath), глава финансового отдела Paperchase по Великобритании.

— Компании Paperchase нужна была гибкая, интуитивная и простая в эксплуатации система, которая обеспечивала бы удобный просмотр базы данных. Благодаря всесторонне интегрированной финансовой системе программный пакет Dream полностью отвечает нашим требованиям, а также содержит ряд других полезных функций.

Я думаю, этот продукт станет хорошей основой для нашей работы и повысит эффективность деятельности всей компании, позволяя нам быстро запрашивать данные и благодаря этому принимать более подготовленные решения. С его помощью финансовая информация станет более доступной и востребованной среди уполномоченных сотрудников организации».

Совместно с пакетом компания Paperchase приобрела также лицензии на средство DreamView, расширяющее возможности обзора и отчетности решения Dream и предоставляющее свободный доступ к внешним программам создания отчетов. При



Новые программные средства обеспечивают стабильность финансовой информации

помощи этого средства сотрудники компании смогут вводить дополнительные запросы и создавать пользовательские отчеты.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.paperchase.co.uk
www.coda.com

ПЛАТЕЖИ

Клуб Ковентри и компания Servebase: удачный тандем по обработке платежей



Новая система позволит ускорить и обезопасить транзакции

Компания Servebase стала поставщиком программного обеспечения по обработке платежных карт комплекса Ricoh Arena, где проводятся футбольные матчи клуба Coventry City Football Club. Строительство нового стадиона на 32 500 мест обошлось в 113 млн. фунтов стерлингов, и на его территории находятся 150 платежных терминалов, а также конференц-залы, ресторан, бар, спортивно-оздоровительный клуб и отель на 71 номер. Внедренное решение включает в себя программный продукт Servebase PC-EFT, созданный на основе последних технологий Microsoft для обеспечения надежности и простоты управления. По мнению компании Servebase, данное решение предоставит покупателям новые возможности приобретения еды

и напитков, а также сократит время ожидания в очереди благодаря ускорению транзакций. Новая система предназначена специально для крупных розничных площадей и способна обрабатывать большое количество транзакций за короткое время. Кроме того, интеграция EFT снимает необходимость в работе с несколькими банковскими терминалами, в каждом из которых авторизация проводится по отдельной телефонной линии. Канал X25 гарантирует, что каждая транзакция будет подтверждена в течение 1,5–3 секунд. По информации Servebase, благодаря скорости и надежности службы терминалов в комплексе Ricoh Arena улучшатся показатели времени ожидания в очереди и скорость обслуживания, а значит, возрастет уровень

обслуживания покупателей и потенциальная прибыль в торговых зонах. Данное решение также пригодно для использования в операционном отделе: входящее в PC-EFT средство интерактивного управления информацией Flex служит для сбора данных с торговых терминалов, что упрощает финансовую отчетность. Кроме того, обеспечивается доступ пользователей к локальной базе данных транзакций. Благодаря этому компания по поставке продуктов питания получает возможность эффективного согласования транзакций с помощью интегрированного средства поиска отдельных транзакций по запросу.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.ricoharena.com
www.servebase.com

Компания AT&T первой внедряет решение Surface



Решение Surface обеспечивает простой и удобный выбор покупки

Компания AT&T первой в мире внедрила решение Microsoft Surface в сфере розничной торговли, предоставив покупателям возможность исследовать такие технически сложные изделия, как мобильные устройства, при помощи технологии касания и распознавания. В магазинах Нью-Йорка, Атланты, Сан-Антонио и Сан-Франциско внедряется пилотная версия Surface, 30-дюймового интерактивного дисплея в виде стола. Посетители могут легко просматривать возможности любого мобильного устройства, просто размещая его на дисплее, или расположить два устройства рядом на модуле и сравнивать их характеристики.

В будущем заказчики смогут «собственноручно» перетаскивать мелодии звонка, изображения, видео и другое подобное содержимое из меню дисплея на мобильный телефон.

«Мы возлагаем большие надежды на внедрение в наших магазинах этой принципиально новой технологии, реализующей индивидуальный подход к покупателям и максимально упрощающей их знакомство с миром мобильных устройств, — говорит Ральф де ла Вега (Ralph de la Vega), президент и генеральный директор компании AT&T Mobility. — Мы надеемся на дальнейшее сотрудничество с Microsoft, что позволит нам разработать новые способы знакомства покупателей со стремительно расширяющимся спектром мобильных устройств и приложений».

«Решение Microsoft Surface превращает среду розничной торговли из места заключения сделок в место активного вовлечения покупателя в процесс выбора, — говорит Робби Бах (Robbie Bach), президент подразделения развлечений и устройств Microsoft. — В решении Microsoft Surface используются инновационные и интуитивные способы доступа к информации и цифровому контенту, которые предоставляют покупателю совершенно новые и уникальные индивидуально-ориентированные методы приобретения товаров. Мы очень довольны, что именно компания AT&T реализует это решение и первой продемонстрирует Surface в розничных торговых точках».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.att.com

www.microsoft.com/surface

Известно ли вам, что...

67% работников розничной торговли утвердительно ответили на вопрос, хотели бы они сократить выбросы углекислого газа, одновременно подчеркнув, что нуждаются в дополнительной информации и рекомендациях по этому поводу. Только 22% сообщили, что, по их мнению, организация, в которой они трудятся, принимает достаточные меры по сокращению выбросов, а около трех четвертей (74%) указали, что их работодатель не уделяет внимания данной проблеме и не стремится побуждать сотрудников к сокращению выбросов, например, сменив вид транспорта для поездок на работу.

Источник: Carbon Trust





передовица

Решение на ладони

Компания Jewson, лидер британского рынка строительных товаров, улучшила обслуживание заказчиков и исключила бумажные операции в результате внедрения предприятием-партнером Spirit Data Capture переносного решения на базе Windows. Рассказывает Марк Вебб (Mark Webb)



Когда подразделение Jewson IT приступило к поискам переносного ручного решения, способного улучшить выбор продукции

покупателями и оформление заказов, оно обратилось за помощью к одному из своих партнеров, компании Spirit Data Capture. В ходе всестороннего изучения возможностей был выбран беспроводной мобильный компьютер Motorola MC9090, что позволило упростить и ускорить весь процесс прохождения заказов.

Насчитывающее 90 сотрудников подразделение Jewson IT предоставляет услуги и решения в области ИТ большинству британских компаний из группы Saint-Gobain Building Distribution Group, крупнейшая из которых, компания Jewson, за последнее время стала ведущим поставщиком пиломатериалов и строительной продукции для торговых сетей и массового потребителя. Приобретенная в 2000 году корпорацией Saint-Gobain, компания Jewson имеет свыше 500 отделений по всей стране.

Подразделение Jewson IT занимает специально выстроенное здание ИТ-центра в Хаддерсфилде, и важнейшей его задачей является поддержка реального бизнеса. Помимо этого, в здании главного управления в Бинли неподалеку от Ковентри, где сосредоточено большинство пользователей компании, располагается отдел компьютерной поддержки.

Группа координации ИТ-проектов внедряет проекты на местах и активно участвует в интеграции присоединяемых предприятий — в связи с тем, что компания Jewson и другие фирмы из группы Saint-Gobain ежегодно приобретают от 8 до 12 новых предприятий. При сбыте строительной продукции отделения компании используют не платежные POS-устройства, а простые

торговые терминалы, соединенные с центральной торговой системой через сеть, арендуемую у British Telecom. Все транзакции выполняются через глобальную вычислительную сеть, а если связь прерывается, обработка ведется в ручном режиме.

Более 8 лет назад компания Jewson установила во многих своих отделениях беспроводные ручные терминалы. Эти устройства применялись главным образом для управления продажами и проведения инвентаризации, но в настоящее время они не соответствуют требованиям корпоративной безопасности и не годятся для дальнейшего технического обслуживания. Отдавая должное последним достижениям в области беспроводных технологий, компания решила произвести их замену.

Рассказывает Рассел Бауэр (Russell Bower), менеджер деловых услуг в сфере ИТ компании Jewson: «Нам было ясно, что мы сильно отстаем от жизни во всем, что касается применения современных беспроводных технологий. Когда мы все же задумались о расширении либо замене прежних решений, нам нужно было начинать буквально с нуля».

«Мы быстро поняли, что для подбора нужного нам ручного терминала необходимы экспертные знания. На протяжении последних двух лет мы тесно сотрудничаем с предприятием Spirit Data Capture, которое производит широкий ассортимент беспроводных ручных сканеров штрихкода для нашей дочерней компании Platform. Нас полностью удовлетворяет качество предоставляемых Spirit услуг, и мы не раздумывая обратились к ним за помощью».

Spirit рекомендовала четыре варианта, включая новое многофункциональное решение компании Motorola — мобильный компьютер MC9090 под управлением Windows





передовица



СЕГОДНЯ РЫНОК ПЕРЕНОСНЫХ КОМПЬЮТЕРОВ ОТЛИЧАЕТСЯ ОСТРОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ, И, ЧТОБЫ ОСТАВАТЬСЯ ВПЕРЕДИ, КОМПАНИЯ MOTOROLA ПРЕДЛАГАЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ РАСШИРЕННУЮ СТРАХОВКУ, КОТОРАЯ БЫЛА ПРЕДОСТАВЛЕНА НАМ ЧЕРЕЗ НАШЕГО ПАРТНЕРА SPIRIT. ЭТО ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ ШАГ ВПЕРЕД ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕЖНИМИ СОГЛАШЕНИЯМИ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ

Рассел Бауэр,
менеджер деловых услуг в сфере ИТ, Jewson

Mobile 5.0. Это прочное и компактное ручное устройство, в котором реализованы передовые технологии, включая многорежимную беспроводную связь и встроенные возможности сканирования штрихкода и получения изображения.

«Нам требовалось устройство, которое персонал мог бы использовать при сортировке продукции рядом с покупателями, — объясняет г-н Бауэр. — Множество наших товаров хранится снаружи во дворах или на складах отделений. Новая система должна была безотказно функционировать в довольно сложных условиях, включая места, где пылят древесину, полно гипсовой пылью и хранятся различные материалы типа цемента или строительных смесей».

Персонал трех магазинов, назначенных для проверки, заполнил оценочные листы. После чего собранные данные поступили в Jewson IT, и по итогам первоначального отбора были оставлены два ручных компьютера, которые затем подверглись тщательному дополнительному тестированию.

«Нам нужна была уверенность, что устройство не только обладает достаточной надежностью для выполнения основных задач, но также компактно и удобно с точки зрения персонала. Для этого мы провели всестороннее тестирование устройств в наших самых крупных отделениях, сравнивая близкие по характеристикам модели четырех производителей. Две из них вскоре были отвергнуты из-за неудовлетворительного времени автономной работы. Из двух оставшихся победила Motorola MC9090», — резюмирует г-н Бауэр.

Компания Jewson нуждается в MC9090 главным образом для использования в процессе заполнения книги регистрации заказов покупателей. Покупатели перемещаются по двору и по складу отделения компании, выбирая

товары и загружая их в машину силами служащих. Раньше этот процесс также включал сотрудника, вручную заполняющего учетную ведомость, которую покупатель затем предъявлял в кассу. Там эти сведения заносились из ведомости в компьютерную систему, и операция завершалась. Сейчас Motorola MC9090 позволяет автоматизировать весь процесс. Сотрудник просто сканирует выбранные товары и заносит их количество в текущий заказ. Готовый счет на оплату уже ждет покупателя, когда он подходит к кассе. Кроме того, Motorola MC9090 используется при инвентаризации и полном переучете фондов.

Г-н Бауэр отмечает: «Компания Spirit помогла нам на этапе предварительного исследования и предоставила две из четырех проверяемых моделей. Совместно с нами она участвовала в выявлении ключевых факторов измерений. Затем в ходе пробной эксплуатации ее сотрудники занимались конфигурацией, стандартами обеспечения защиты и совместимости с сетевыми приложениями. После того как мы выбрали Motorola MC9090, компания Spirit оказала нам поддержку с первой фазой ввода в эксплуатацию. Было также оказано содействие с переконфигурацией устройств в зависимости от специфики отделений и установлена мобильная служебная платформа Motorola (MSP)».

Платформа Motorola MSP обеспечивает полный централизованный контроль всех мобильных устройств и мобильных приложений в сети компании Jewson и управление ими, оценивая текущий уровень производительности и выявляя любую проблему. Она также контролирует беспроводную инфраструктуру.

«Это неоценимый инструмент для такой распределенной среды, — подчеркивает г-н Бауэр. — Я рад, что мы прибегли к помощи наших партнеров из Spirit. Их обширный опыт, знание рынка и существующих технологий



помогали нам от начала и до конца проекта. В результате мы смогли выйти к нашим клиентам с надежным и безопасным решением. Я уверен, что без этой поддержки мы не достигли бы столь оперативного и профессионального результата».

Он также добавляет: «Первоначальные отклики в отношении новой системы были только положительными. Потребители остались весьма довольны системой Motorola MC9090. Она превосходит прежнее решение в легкости и надежности, а также дает нам возможность ускоренной обработки. А такие факторы, как подсветка клавиш и увеличенное время автономной работы, означают дополнительное удобство использования».

«Сегодня рынок переносных компьютеров отличается острой конкуренцией, и, чтобы оставаться впереди, компания Motorola предлагает дополнительную расширенную страховку, которая была предоставлена нам через нашего партнера Spirit. Это значительный шаг вперед по сравнению с прежними соглашениями по обслуживанию. Что касается технологий, то MC9090 позволяет нам воспользоваться достижениями WI-FI в сфере безопасности (такими как WPA), гарантируя защищенность в зоне действия беспроводной связи».

Согласно условиям страхования, компания Motorola содержит фонд резервных устройств для Jewson в своем центре технического обслуживания, поэтому Jewson IT может не беспокоиться о непредвиденных затратах на техническое обслуживание. Motorola предоставляет устройства «чистыми», а Jewson IT настраивает их путем сканирования таблицы настройки, что активирует устройства и соединяет их с центральным сервером для загрузки данных и приложений. Это полуавтоматический процесс, бесперебойность которого контролирует компания Motorola. Как говорит г-н Бауэр, следующий шаг — это настройка компьютеров в компании Motorola перед поставкой, чтобы каждое устройство прибывало в отделение уже готовым к использованию.

Очень важно, что технологии вписываются в прежний порядок торговой деятельности. Получив в свое распоряжение MC9090, отделения быстро осваивают новые методы работы и начинают видеть преимущества в улучшенном обслуживании покупателей. Они сообщают, что покупатели одобительно отзываются о профессиональном внешнем виде MC9090. Персонал компании Jewson сканирует штрихкоды на продуктах либо панелях, установленных в товарных секциях во дворе для таких материалов, как песок или кирпичи, на которых нет меток. Каждый сотрудник носит с собой карманную записную книжку со списком 50 наиболее покупаемых товаров. И хотя вся операция может быть выполнена прямо во дворе, персонал тем не менее приглашает покупателей в офис для встречи с менеджером



и поддержания доверительных отношений.

Jewson IT информирует старших менеджеров компании, сколько сделок и на какую сумму оформлено с использованием ручных компьютеров, выделяя при этом три основные группы товаров: пиломатериалы, листовые и тяжелые стройматериалы.

Основная задача — это заполнение книги регистрации в процессе продаж, но существует и дополнительная функциональность, которую Jewson IT станет разрабатывать, чтобы сделать операции более эффективными, если фирма увидит возврат инвестиций и будет спрос со стороны покупателей. Например, ручные компьютеры могут использоваться для сканирования вновь доставляемых товаров или для сравнения поступивших товаров с заявками на поставку, а также для указания местоположения товаров нового ассортимента.

Джон Кун (John Coon), вице-президент по корпоративной мобильной деятельности Motorola в Великобритании, дополнительно сообщает: «Наша компания располагает значительным опытом в предоставлении не только прочных мобильных компьютеров для управления запасами вне помещений, но и функциональных корпоративных цифровых помощников (EDA) для вспомогательных приложений при покупке. Передовое прикладное решение компаний Spirit и Jewson характерно для предприятий розничной торговли высшего класса, где требуются устройства, способные предложить лучшее из обоих этих решений. Приятно отметить, что благодаря модели MC9000 наша компания вновь оказалась на высоте».

В завершение г-н Бауэр говорит: «В настоящее время мы обратились к компании Spirit с просьбой помочь нам с проектом рационализации устаревшего беспроводного ручного оборудования. Этот проект включает в себя деятельность более чем в 200 отделениях по всей стране и имеет жесткие временные ограничения по окончанию работ до конца года. До сих пор он развивается хорошо, и я уверен, что проект будет закончен своевременно и в соответствии с заявленными требованиями».

НАМ НУЖНА БЫЛА УВЕРЕННОСТЬ, ЧТО УСТРОЙСТВО НЕ ТОЛЬКО ОБЛАДАЕТ ДОСТАТОЧНОЙ НАДЕЖНОСТЬЮ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ, НО ТАКЖЕ КОМПАКТНО И УДОБНО С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Рассел Бауэр,
менеджер деловых услуг в сфере ИТ, Jewson IT





«Высший пилотаж» доступен каждому

Дункан Джефферис обнаруживает, что предприятия розничной торговли применяют инструменты бизнес-анализа на передовой бизнеса, а Гай Вайсмантел подводит информационную базу под разработки Microsoft в сфере бизнес-анализа, которые делают полезную для работы аналитику организации достоянием каждого



Эффективное применение инструментов бизнес-анализа является решающим фактором успеха в сложной и конкурентной среде розничной торговли. Прогнозирование и планирование товарных запасов осуществляются нередко в сотнях магазинов, а результаты оцениваются в сравнении с показателями предыдущего месяца, недели или даже дня.

Сегодня одна из самых серьезных трудностей, с которой сталкиваются предприятия розничной торговли, — это должное управление настоящим богатством собранных данных и выбор среди них релевантных. Информация должна быть представлена в формате, наилучшим образом подходящем для лиц, которые будут ею пользоваться. «Предприятия розничной торговли всегда собирали огромные объемы данных, но не всегда эффективно распорядились ими, — считает г-н Де Йонг. — Теперь у них появилась инфраструктура, которая позволяет эффективно использовать данные, и они понемногу учатся видеть свои преимущества».

По мере увеличения количества систем хранения и объемов доступных для анализа данных на первый план выходит вопрос, какие данные и как долго нужно хранить. Ойвинд Стидж (Oyvind Stige), менеджер отдела розничных продаж программы ProfitBase, убежден: «В хранилище данных должен содержаться большой объем информации, и оно должно обладать достаточной масштабируемостью для поддержки всех пользователей».

Вместо того чтобы выдавать руководству горы «бумажной руды», содержащей крупницы полезных сведений, сложные решения бизнес-аналитики формируют интерактивные отчеты,

привлекающие внимание к сферам пониженной продуктивности.

«В прежние времена решения бизнес-аналитики «извещали» предприятия розничной торговли о некоторых фактах — таких, например, как «вы продали определенное количество товарных запасов и в результате получили прибыль», — но не могли столь же вразумительно «сообщить», скажем, о прибыли, потерянной из-за недопоставок нужной продукции, — говорит директор по продажам компании КЗ Пол Мэйкин (Paul Makin). — Сложность современных алгоритмов позволяет пользователям выполнять гораздо большее, чем просто исследовательскую работу».

Директора магазинов и вышестоящее руководство все чаще требуют анализа фактически оперативных данных. «За прошедшие четыре-пять лет мы только и делаем, что говорим об анализе оперативных данных, — продолжает г-н Де Йонг. — Неудивительно, что это обсуждение захватило не только крупные лидирующие компании, но также средние и мелкие. Компании начинают осознавать, что в этом заключается единственно верный путь развития».

Цепь поставок предприятия розничной торговли нижнего уровня нередко охватывает несколько континентов и часовых поясов. Решения о краткосрочных вложениях денежных средств в товары принимаются обычно за несколько месяцев до поставки, и некоторые решения могут быть приняты лишь после доступа к самым актуальным и точным сведениям. «Практически невозможно однозначно предугадать, как отразится на бизнесе любое принимаемое решение, — говорит Рой Ли (Roy Lee) из компании Cognos. — Технология предоставляет среду, в которой





СТАТЬЯ

МОЖЕТ ЛИ OFFICE 2007 ОБЕСПЕЧИТЬ БИЗНЕС-АНАЛИТИКУ?

« Первое, на что обращает внимание каждый впервые увидевший Office 2007, — это новое меню в виде так называемой «ленты». Корпорация Microsoft вложила немалые средства в то, чтобы богатую функциональность хорошо известного комплекта приложений было легко отыскать, сделав еще более доступной для широкого круга пользователей. Однако по внешнему впечатлению не видно структурных изменений, направленных на повышение возможностей для расширения и настройки приложений Office. Инструментальные средства программирования Visual Studio Tools для выпуска Office (VSTO), дополненные изменениями в форматах файлов, позволяют запускать надежные приложения, которые прежде нельзя было обеспечить с помощью VBA. Теперь бизнес-пользователи могут больше не заниматься изучением отдельно работающих средств запуска запросов и отчетов. Это бизнес-приложение нового поколения дает им возможность добавлять данные в документы, электронные таблицы и электронные сообщения, оставаясь в рамках наиболее комфортной среды Office. Передавая эту способность в руки информационных работников-«непрограммистов», оно не только позволяет Office 2007 обеспечить бизнес-аналитику, но также потенциально способно полностью преобразить представление об использовании и передаче информации. Отвлечитесь от красивых картинок пользовательского интерфейса, и вы обнаружите, что обновленный Office может стать одним из важнейших ваших приобретений в этом году »

Эндрю Уайлс,
управляющий директор, iT-Workplace



можно вводить все критерии и моделировать правила бизнеса и ориентировочные расчеты, эффективно управляя сценариями типа «что если» и пользуясь ими».

В индустрии моды точная и своевременная информация должна быть доступна незамедлительно. «Сектор моды — это совершенно безумный бизнес, — говорит Чезаре Дания (Cesare Dania), разработчик ПО из компании Atelier98, которая поставяет системы для розничных предприятий торговли модной одеждой. — Каждый торговый сезон приходится все начинать заново в обстановке полной мобилизации ресурсов. В таких условиях жизненно необходима оперативная информация в режиме реального времени».

Из-за многочисленности розничных магазинов и многообразия мест их размещения совместные инструменты вносят существенный вклад в подготовку значительной части данных.

Реализация программных средств на основе веб-приложений предоставляет доступ к данным для менеджеров со всего мира и допускает их тесное взаимодействие при постановке совместных бизнес-задач.

Сервер Microsoft Office SharePoint был создан специально для поддержки таких совместных процессов. Данные могут храниться централизованно, обеспечивая доступ групп пользователей ко всем структурированным и неструктурированным данным компании. «Инструменты для совместной работы позволяют легко распространять информацию, что имеет большое значение для розничной торговли с ее территориальной разобщенностью, — замечает г-н Де Йонг. — При дальнейшей глобализации розничного бизнеса важность этих инструментов для компании только возрастает».

По словам г-на Стилджа, одна из



ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ

« Серьезное экономическое обоснование использует язык цифр. Каким еще образом вы сможете убедить финансовую дирекцию или руководителя по финансовым вопросам? Конечно, лучше было бы применить показатель окупаемости, однако часто он составляет предмет коммерческой тайны, поэтому вначале можно воспользоваться общей оценкой в денежном выражении известных финансовых преимуществ бизнес-аналитики в случае розничной торговли. Основным аргументом в пользу аналитических систем для бизнеса или, вернее сказать, показателем их способности проникать в суть процессов является то, что в нужное время они обеспечивают сотрудников ценной информацией, которая проходит от финансового директора до заведующего складом, позволяя персоналу магазина работать более эффективно, по-новому ориентироваться на потребителя и, следовательно, повышать уровень продаж. Преимущества пронизывают всю цепь поставок; они должны отразиться на увеличении объема сбыта, эффективности продвижения товара и снижении цен при жестком контроле товарных запасов. Таким образом, преимущества и, как следствие, окупаемость инвестиций можно также распространить на такие сферы, как маркетинг, управление персоналом, имущество магазина и даже управление энергоресурсами, что означает счета на меньшие суммы в поддержку социальной политики компании. Однако здесь не обойтись без предупреждения. С превращением продукции в товар бизнес-аналитика, характерная для розничной торговли, уже становится более элементом бизнеса, нежели информационных технологий. Но это вовсе не означает, что вам следует отказаться от поисков нужного решения для сферы розничной торговли, которое никогда не поставит под угрозу качество данных »

**Найджел Иллингворт,
директор по продукции, Retail Assist**



наблюдаемых в отрасли тенденций связана с использованием технологии Microsoft .NET для встраивания функций бизнес-аналитики в стандартные приложения торговых точек, в ручные терминалы, а также в SharePoint и другие приложения. «Происходит постепенный переход от инструмента управления к технологии, которая применяется в масштабах организации в целом и тесно связана с другими приложениями», — обобщает он.

Предприятия розничной торговли часто борются со структурной разрозненностью, особенно в сфере финансов, организации сбыта, торговых операций и маркетинга. Недавно компания Cognos объявила о внедрении нового функционального решения, призванного помочь административному и управляющему персоналу сферы розничной торговли стандартизировать оперативные планы и цели компании. Подразделение Retail Financial Workbench & Scorecard Blueprint компании Cognos обеспечивает основу для управления эффективностью деятельности, включая подготовку планов, составление оценочных карт, запуск панелей мониторинга и получение отчетов, что предоставляет исполнительному персоналу предприятий розничной торговли возможность обеспечить согласованную целенаправленную работу всех департаментов. «Теперь появилась возможность стимулировать различные департаменты к выполнению их собственной работы и добавлению собственных индивидуальных знаний, опыта и ценности, а затем из всех полученных данных составить единое представление, — говорит г-н Ли. — Это обеспечивает не только оперативность, но и качество решений. Отдельные люди могут выполнить работу оперативно, но неправильно — в то время как персоналу предприятий розничной торговли нужно стремиться все делать быстро и без ошибок».

Система Microsoft Office 2007 повышает интеграцию и функциональность данных, позволяя администрации предприятий розничной торговли анализировать данные с помощью привычного окружения. Они также могут использовать инструменты приложения Microsoft Office PerformancePoint Server 2007 для построения программы управления эффективностью деятельности, которая поддерживает решения в рамках нескольких предприятий.

Технология хранилища данных ProfitBase 2007 предлагает готовую к использованию связность бизнес-систем и быстрое хранение данных конфигурации, что приводит к ускорению реализации и развертыванию бизнес-аналитических решений. Решения программы ProfitBase используют приложение Microsoft SQL Server 2005 и службы аналитики для передачи информации о выполнении системам учета, управления и отчетности, таким образом предоставляя лицам, ответственным за принятие решений, единое консолидированное представление нужной им информации. «Высокий уровень качества розничной торговли означает высокий уровень качества информации и способность

эффективно ее использовать для принятия правильных решений, — утверждает г-н Стилдж. — Если лет десять назад лишь крупнейшие предприятия розничной торговли могли позволить себе использовать решения бизнес-аналитики, то сегодня, располагая инструментами Microsoft и решениями ProfitBase, уже малые и средние предприятия розничной торговли могут рассчитывать на высокий уровень окупаемости инвестиций в решения бизнес-аналитики».

Г-н Мэйкин с готовностью поддерживает сказанное. «Решения бизнес-аналитики были доступны только компаниям, обладающим необходимым бюджетом и техническими навыками для их внедрения, — добавляет он. — Теперь у нас есть несколько новых, совсем небольших клиентов, которые используют нашу систему, и применимость продукта продолжает расти за счет роста числа пользователей. Вам не обязательно иметь большую команду специалистов в области информационных технологий, чтобы успешно обработать все данные».

Приложение Microsoft Excel является основным интерфейсом, которым люди пользуются для анализа данных бизнес-аналитики компании. Оно помогает предприятиям розничной торговли быстро осуществить процесс принятия решений путем сведения воедино надежных централизованных данных из корпоративной системы бизнес-аналитики и несоизмеримых данных, которые они ежедневно получают. «Мы можем предоставить все средства платформы Cognos 8 и полностью интегрировать их в Excel, чтобы при построении отчета в формате Excel он проходил через те же структуры данных, — говорит г-н Ли. — Если внутренняя система обработки запросов обновляет, например, хранилище данных и это влияет на то, что вы читаете в Excel, то можно просто нажать кнопку актуализации, чтобы вернуться непосредственно к источнику. Таким образом, у вас всегда есть уверенность, что если вы составляете ежемесячный отчет, то он гарантированно будет верным».

В этом году должна быть выпущена платформа Microsoft SQL Server 2008. Она позволяет хранить данные, доступные как для крупнейших серверов предприятия розничной торговли в информационном центре, так и для настольных ПК и мобильных устройств.

«Важнейшие бизнес-решения часто должны приниматься оперативно, за пределами штаб-квартиры организации, например во время проведения недели моды или в магазинах-салонах, — говорит г-н Дания. — Вся трудность заключается в том, чтобы сделать бизнес-аналитику целиком мобильной как в сети, так и вне ее, а для получения информации сделать ее доступной даже через мобильные устройства».

Решение Cognos полностью интегрируется с устройствами под управлением Windows Mobile. «Все отчеты и анализы, которые можно получить на вашем ПК, доступны также на мобильном устройстве без их повторного





СТАТЬЯ

В ЧЕМ УСПЕХ ПРОЕКТА БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ?

« Во-первых, важно выбрать партнера, который понимает отрасль и сможет вас направлять. Даже лучших программных средств окажется недостаточно. Нужен опыт, чтобы претворить ваши потребности в успешное решение. Начните с чистого листа, не дублируйте то, что у вас уже есть. Используйте новое решение, чтобы перестроить вашу отчетность и сконцентрироваться на ключевых движущих силах вашего бизнеса на верхнем уровне, перед тем как углубиться в проработку. Думайте о проекте как о серии предметных областей и проектируйте киоски данных для поддержки каждой из этих областей. Это один из способов поддержания управляемости и направленности проекта.

Наконец, сохраняйте простоту и нацеленность проекта на бизнес. Не усложняйте, решите для себя, какая именно информация принесет успех вашей компании. Например, ключом успеха наших клиентов является привлечение и удержание новых потребителей, для чего мы разработали средство, которое предсказывает возникновение риска ухода потребителей на основании их покупательских привычек, что помогает предпринять решительные меры »

Мел Хэйнс,
начальник отдела бизнес-аналитики,
Junction Solutions

заказа, — говорит г-н Ли. — Мы предоставляем менеджерам магазинов возможность следить за тем, что происходит в магазине в режиме реального времени, независимо от своего местонахождения.

Управление эффективностью деятельности, разработанное компанией Red Prairie для сферы розничной торговли, представляет собой доступное через сеть аналитическое решение, которое максимально использует богатство существующей информации, поступающей от приложений по управлению розничными операциями и персоналом компании Red Prairie для мониторинга, анализа и составления отчета о ключевых показателях эффективности. Решение интегрировано в платформу Microsoft Office PerformancePoint Server 2007.

«Мы всегда работали над оптимизацией людей и ресурсов в пределах физической цепи поставок, — говорит Мартин Хискок (Martin Hiscox), президент подразделения по Европе, Ближнему Востоку и Африке и управляющий директор компании RedPrairie. — Но когда вы начинаете вникать в процесс управления задачами розничной торговой точки, вы тоже можете получить реальные деньги и добиться реальной экономии».

БЫТЬ В КУРСЕ

Компания Narvesen входит в группу Reitan Group и владеет более чем 430 киосками и небольшими магазинчиками в Норвегии.

Для компании, управляющей сетью магазинов, существенными для принятия эффективных управленческих решений являются данные по каждой точке. Программа ProfitBase Retail была внедрена для сбора и анализа максимального объема рыночных данных, обеспечивая компании Narvesen более надежную основу для составления сметы и принятия решений.

Решение было успешно установлено и реализовано, в том числе за шесть недель было обучено более 60 пользователей.

«ProfitBase работает в наших головных офисах в постоянной связи с системой магазинов, предоставляя все преимущества информации в режиме реального времени, — говорит генеральный директор компании Narvesen Торстейн Шредер (Torstein Schroeder). — Легкость использования системы освобождает время для анализа, а представленные данные в пригодной для использования и понятной форме позволяют принимать более обоснованные и целенаправленные управленческие решения».

Исторически сложилось так, что ответственность за управление задачами возложена на директоров магазинов. Они часто планируют запасы, основываясь на уже известных цифрах, а не на реальных данных, которые позволяют делать эффективный прогноз. «Анализируя нашу деятельность в области управления задачами, мы обнаружили существенное улучшение в работе многих магазинов, — говорит г-н Хискок. — Обычно нельзя управлять тем, что нельзя измерить. Однако, если вы достигнете стадии, когда способны отслеживать производительность отдельных людей, вы фактически заставите их самих подумать о том, как повысить свою эффективность. В конечном счете это ведет к повышению рентабельности предприятия, на котором они работают, а значит, их рабочее место станет более надежным».

Инструменты бизнес-аналитики могут не только помочь предприятиям розничной торговли сократить убытки и точно спрогнозировать потребности в товаре. Истинные возможности этих современных решений раскрываются, лишь когда надежные инструменты сотрудничества установлены в правильных местах и поощряют сотрудников предприятия постоянно взаимодействовать, используя нужные данные для принятия точных решений.

КТО ЛИДИРУЕТ В MAGIC QUADRANT?

Корпорация Microsoft входит в список Leaders Quadrant отчета Gartner Magic Quadrant для платформы бизнес-аналитики 2008 года. Отчет Magic Quadrant представляет список поставщиков по степени их способности реализовать проекты и в зависимости от полноты видения.

Согласно отчету Gartner: «Лидерами являются поставщики, обладающие доказанной силой в ширине и глубине возможностей платформы бизнес-аналитики и способные предоставить предприятию широкий спектр разработок, которые поддержат общие стратегические установки бизнес-аналитики».

Билл Бейкер (Bill Baker), главный менеджер по бизнес-аналитике деловой платформы Microsoft Office, заявляет: «Мы уверены, что наша позиция в Leaders Quadrant отражает успех наших недавних инноваций, а также наше видение доступности средств бизнес-аналитики каждому сотруднику организации заказчика, а не только немногим избранным».



Управление эффективностью работы предприятия розничной торговли с помощью Microsoft Business Intelligence

Гай Вейсмантл, директор по маркетингу подразделения офисных бизнес-приложений компании Microsoft, определяет конкурентные преимущества, которые предприятия розничной торговли могут получить благодаря использованию систем бизнес-аналитики



Конкуренция между предприятиями розничной торговли день ото дня становится все более ожесточенной, и победы часто измеряются в процентах роста динамики категории, происходящего благодаря регулярным мероприятиям по стимулированию сбыта. Даже сети розничных магазинов, использующие стратегию «всегда низких цен», или EDLP, не защищены от гнета предела доходности, когда ценовые максимумы и минимумы могут меньше различаться, но итог остается все тем же. И возникает вопрос: как завлечь покупателей в свои магазины и убедить их купить что-то помимо продуктов, предлагаемых по убыточным ценам? Как увеличить свою долю в кошельке покупателя? Как получить хоть какую-то долю в кошельке?

Откройте для себя мир бизнес-аналитики, или BI, как принято обозначать эти решения в сфере высоких технологий. Программы бизнес-аналитики давно перестали быть уделом финансовых аналитиков и «добытчиков данных», сидящих в недостижимых кабинетах головных офисов предприятий розничной торговли, и сейчас распространяются в масштабе всей розничной организации, обеспечивая возможность находить своевременные, надежные и действенные ответы на вопросы, подобные приведенным выше, а также на бесчисленное множество других.

Данные, которые наиболее часто используются в сфере розничной торговли для формирования этих жизненно важных оценок, отнюдь не новы — они годами собираются самими магазинами, а затем консолидируются, фильтруются и предоставляются в общий доступ. Таким образом, для поиска ключевых факторов, от которых зависит эффективность розничной торговли, уже недостаточно просто обладать «данными». Один финансовый директор

остроумно отметил: «Если данные есть у всех, как они могут стать конкурентным преимуществом?» Но если не данные, то что же в конечном счете влияет на эффективность? Для многих предприятий розничной торговли ответом на этот вопрос являются инструменты бизнес-аналитики, которые используются для сбора данных, формулирования выводов и, в итоге, принятия мер, отличающих лидеров от последователей.

Сегодня лидирующие предприятия розничной торговли также ценят возможность позволить менеджерам на местах — региональным менеджерам, менеджерам магазинов, даже менеджерам категории товаров — принимать решения на основе быстро изменяющихся условий на местных рынках. Далеко в прошлом остались дни «универсальных» средств стимулирования и поощрения. С использованием современных инструментов BI стратегии, продукты и мероприятия по стимулированию сбыта имеют в качестве целевой аудитории микросегменты населения для дополнительного увеличения доли рынка именно за счет этих отдельных секторов.

И для того чтобы понять, «как» получить эти преимущества, создан новый набор инструментов бизнес-аналитики. Использование таких инструментов — более удобных для пользователя и привязанных к самым актуальным данным, что позволяет быстро реагировать на изменение ситуации и принимать решения на месте — часто определяет отличие успешного продвижения товара от такого, которое не обеспечивает предприятию розничной торговли постепенный рост прибыли.

Современные инструменты бизнес-аналитики в розничной торговле существуют во множестве различных форм, в зависимости от пользователя и обстоятельств применения,



РЕШЕНИЯ BI СЕГОДНЯ НЕОБХОДИМО АДАптиРОВАТЬ К РАЗЛИЧНЫМ СПОСОБАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ СОТРУДНИКАМИ НА КАЖДОМ УРОВНЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Гай Вейсмантл,
компания Microsoft



но в конечном счете делятся на три основные категории: персональные инструменты BI, инструменты BI для рабочих групп и корпоративные инструменты BI (инструменты уровня организации).

Примеры персональных инструментов BI могут варьироваться от простой электронной таблицы, созданной в Excel, до более сложного анализа, который выполняется пользователем и помогает, например, менеджеру магазина оценить процессы, происходящие в его отделе или в определенном месте.

Затем следуют инструменты BI для рабочих групп. В наше время индивидуальная работа занимает только часть рабочего дня — мы также работаем в группах, или командах, и информация, которой можно обмениваться с другими участниками группы или людьми, разделяющими наши цели и задачи, часто является жизненно важной для достижения успеха. В розничной торговле инструменты обмена такой информацией часто имеют форму отчетов по категории, распространяющихся по сети супермаркетов. Насколько эффективно работает отдел замороженных продуктов? Каков процент испорченной продукции в мясном отделе? Кто из торговых представителей продает больше всего товаров из категории электроники?

Наконец, мы добрались до корпоративных инструментов BI, или инструментов BI уровня организации. Мы называем инструменты или программы этого типа «BI-инструменты, которые считают». Бюджет. Требуемые показатели рентабельности продаж компании. Сравнительный объем продаж одного магазина за различные периоды. Любой розничный торговец понимает значение этих данных для своей организации — они являются критериями и целями, ориентиром для достижения «требуемых показателей».

Важно отметить, что в розничной торговле во всех трех случаях — индивидуума, рабочей группы и организации — использование и доступ к необходимой информации осуществляется совершенно по-разному. Таким образом, решения BI необходимо адаптировать к различным способам использования информации сотрудниками на каждом уровне организации. Аналитику могут потребоваться сложные методы сбора данных, а также возможности сортировки и группирования анализируемых данных, в то время как менеджер категории может отслеживать поток данных, задавать вопросы, выявлять тенденции и определять способ действий. А другим менеджерам, возможно, необходимы только доставляемые по электронной почте отчеты, указывающие на области, требующие их внимания.

Для решения проблем минимальной

нормы прибыли, продаж в убыток, еженедельного стимулирования спроса и доли кошелька потребителя розничному торговцу необходим полный арсенал инструментов. Под этим подразумеваются инструменты бизнес-аналитики, которые адаптируются к способу использования информации — в оперативном виде или в более упорядоченной среде, для взаимодействия с покупателями по всему миру или только для собственного магазина, для управления корпоративными инвестициями в стоимость или для определения роста продаж в категории или сокращения продаж за счет выпуска подобного продукта.

Компания Microsoft сотрудничает с предприятиями розничной торговли по всему миру, для того чтобы помочь им разобраться в этих тонкостях, и предлагает полный набор инструментов и приложений, удовлетворяющих самые насущные потребности предприятия розничной торговли.

Благодаря нашей глобальной сети партнеров, специализирующихся на решениях для розничной торговли и вложивших значительные средства и немало труда в предоставление решений, адаптированных к особенностям розничной торговли по всему миру, вы можете быть уверены, что независимо от того, составляете вы смету в Бостоне или Будапеште или управляете магазином в Кельне или Кейптауне, интегрированные решения бизнес-аналитики от компании Microsoft и наших партнеров помогут вам достичь ощутимых результатов для своей организации.

Microsoft более десяти лет осуществляет инвестиции в решения бизнес-аналитики для розничных торговцев и компаний по всему миру. Достаточно вспомнить наши лидирующие в отрасли базы данных и возможности анализа, интеграции и отчетности SQL Server 2008; средства анализа нашего настольного приложения Excel; BI-продукты для совместной работы и взаимодействия SharePoint Server и возможности мониторинга, анализа, корпоративного планирования и бюджетирования нашего новейшего продукта PerformancePoint Server. С помощью этого тесно интегрированного решения мы можем помочь предприятиям розничной торговли повысить эффективность бизнеса благодаря набору инструментов и приложений, соответствующих способу использования информации, который организация выбирает для повышения эффективности работы в условиях конкуренции на современном рынке розничной торговли.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:
www.microsoft.com/bi







Движущаяся цель

Лекс Мадапати (Lax Madapaty), менеджер по маркетингу корпоративных инфраструктур подразделения Windows Mobile Group компании Microsoft, объясняет, каким образом Microsoft System Centre Mobile Device Manager 2008 обеспечивает безопасность специализированных бизнес-приложений для персонала, работающего вне офиса



Microsoft System Centre Mobile Device Manager 2008 позволяет компаниям устанавливать и контролировать правила

использования их мобильных устройств в едином сетевом окружении так же, как для любой другой корпоративной среды, например для настольных ПК или портативных компьютеров.

Многие организации стремятся сделать бизнес-приложения доступными для своих мобильных сотрудников, чтобы повысить производительность, а решение Mobile Device Manager 2008 способно обеспечить безопасность этого процесса. Это огромное преимущество в таких областях, как финансы, здравоохранение, промышленное производство и розничная торговля.

Продукт полностью интегрирован с Active Directory, что означает возможность одновременного применения более чем одной политики безопасности. Доступно более чем 130 стандартных параметров безопасности, а при желании можно разработать и реализовать пользовательские настройки.

Пользовательский интерфейс понятен для ИТ-специалистов, а возможность управлять всеми корпоративными устройствами из одной точки значительно упрощает широкомасштабное развертывание. Active Directory является службой каталогов предприятия, которая используется большинством компаний для управления настольными системами, а Mobile Device Manager 2008 — единственное решение в своем роде, которое полностью интегрируется с Active Directory.

Обновления программно-аппаратного и программного обеспечения могут распространяться среди пользователей и групп через эфирный доступ. Функция распространения программных средств основана на технологии Windows Software Update Service 3.0, а Mobile Device Manager 2008 полностью соответствует стандарту Open Mobile Alliance Device Management (OMA DM) 1.3.

Архитектура Mobile Device Manager 2008 такова, что мы рекомендуем использовать три сервера: один — для управления устройствами, другой — для регистрации устройств и третий сервер — шлюзовой, помещенный внутри зоны DMZ (демилитаризованная зона, метод обеспечения безопасности сети). Шлюзовой сервер может одновременно работать приблизительно с 5000 устройств, хотя такое большое количество активно действующих устройств крайне редко. Один сервер управления устройствами может одновременно обслуживать до 10 000 устройств.

Регистрация новых устройств протекает весьма просто, пользователи даже могут сами зарегистрироваться, находясь при этом в движении. Нет необходимости подключать устройства к ПК, так как архитектура позволяет осуществлять эфирную передачу данных и самозагрузку. Пользователь предоставляет адрес электронной почты и PIN-код для аутентификации. Затем это устройство может подключаться к шлюзовому серверу через зашифрованный тоннель IPSec с использованием аутентификации данных по

протоколу SSL. Этот процесс саморегистрации позволяет организации сэкономить и время, и деньги. По завершении устройство обнаруживается в системе как корпоративный ресурс, и ИТ-менеджер может применить к нему любой из более 130 параметров безопасности.

Сведения обо всех устройствах, http://www.multitrans.ru/c/m.exe?a=sa&t=1144924_1_2&sc=138 ожидающих регистрации и зарегистрированных ранее, могут быть просмотрены. Регистрируемые устройства можно классифицировать различным путем — например, по их роли или по пользователям определенных бизнес-приложений. Вы можете по своему усмотрению провести их анализ «вдоль и поперек». Mobile Device Manager 2008 использует инфраструктуру передачи сообщений на базе SQL Server 2005. Как только устройство аутентифицировано сервером управления, вся важная информация собирается и сохраняется.

Mobile Device Manager 2008 поддерживает возможность постоянной работы в виртуальной частной сети (VPN), что является уникальным свойством данного продукта. Хотя ИТ-администраторы имеют возможность отключить ее, рекомендуется оставлять ее все время включенной для обеспечения безопасности специализированных бизнес-приложений. Почти все свойства VPN, относящиеся к безопасности, основаны на отраслевых стандартах, так же как и обновления для программного обеспечения и протоколы управления устройствами.

Устройство Windows Mobile, которое установило аутентифицированное сетевое соединение, получает доступ ко всем ИТ-службам, которые может предоставить существующая ИТ-инфраструктура. С этого момента разрешение на доступ к отдельным службам и приложениям определяется регистрационными данными пользователя, которые запрашиваются самими приложениями или службами. Например, если настройки внутреннего веб-узла Microsoft Office SharePoint разрешают



В ДЕЙСТВИИ

Решения на основе ОС Windows Mobile являются источником значительных выгод для многих предприятий розничной торговли. Они помогают увеличить объем продаж и сократить расходы за счет повышения производительности труда управляющих торговых фирм и специалистов по продажам. Они также дают возможность доступа к информации о товаре и покупателях независимо от времени и местонахождения.

Устройства Windows Mobile позволяют менеджерам получать самую последнюю информацию о наличии товара и ценах. Они также предоставляют доступ в режиме реального времени к информации о клиенте и возможность получения и записи новой информации, которая затем может быть успешно использована по назначению в торговых залах. Мобильные устройства эффективны в таких сферах, как управление складским хозяйством, региональное управление, продажи через магазины и взаимодействие с устройствами потребителей.

Использование приложений для управления запасами и управления взаимоотношениями с клиентами может также стать более эффективным благодаря внедрению системы устройств Windows Mobile. Управляющие магазинами могут вернуться туда, где они должны находиться — в торговый зал. Возможность доступа в режиме реального времени к служебным системам предприятия из любой точки означает, что они больше не привязаны к проводному терминалу.

Региональный менеджер с устройством Windows Mobile может в любое время и из любой точки получить доступ к оперативной информации торгового предприятия без необходимости отнимать время у его управляющих. Любой запрос можно послать по электронной почте непосредственно на мобильное устройство руководителя торгового предприятия.

Торговый персонал может использовать мобильные устройства, помогая клиентам в выборе наилучшего товара, отвечающего их требованиям. С помощью решений на базе ОС Windows Mobile можно на точках продажи, оснащенных мобильными устройствами, успешно справиться с очередями за товарами.

Дальновидные предприятия розничной торговли начали использовать в своей практике решения на базе Windows Mobile для взаимодействия с потребителями по всем каналам сбыта через их мобильные устройства.

анонимные соединения, то устройство сможет подключиться к этому узлу. Тем не менее, если на веб-узле SharePoint требуется аутентификация пользователя, то последний должен предоставить свои регистрационные данные, чтобы получить доступ к этому веб-узлу.

С помощью Windows Mobile Device Manager 2008 ИТ-менеджер может заблокировать отдельные устройства или целые группы. Специальные приложения или аппаратные средства на отдельных устройствах также могут быть отключены (например, функция Bluetooth, SMS/MMS, WLAN, инфракрасный канал связи, электронная почта POP/IMAP и веб-камеры).

Например, организации, имеющие лаборатории научных исследований и разработок, могут предотвратить использование мобильных устройств для получения и передачи фотографий или другой секретной информации в то время, пока персонал находится в такой особой зоне. Подобным образом финансовые службы часто следят за тем, чтобы функции SMS/MMS на мобильных телефонах их сотрудников были отключены. Таким образом предотвращается неконтролируемая передача информации.

Mobile Device Manager 2008 также позволяет ИТ-специалистам более эффективно отслеживать и контролировать приложения, которые пользователи устанавливают и используют на своих устройствах. ИТ-администраторы могут включить или отключить возможность запуска отдельных приложений или целого набора приложений. Они также могут составить перечень разрешенных приложений, которые пользователь может установить на своем мобильном устройстве.

Можно также реализовать на устройстве Windows Mobile полное шифрование файлов, чтобы все документы пользователя, находящиеся в папке «Мои документы», в электронной почте, системе календарного планирования и каталоге кэширования обозревателя Microsoft Internet Explorer, были защищены. Еще одна особенность Mobile Device Manager 2008 — шифрование карт памяти. Многие пользователи мобильных устройств в настоящее время пользуются картами памяти, которые легко теряются. Часто информация, содержащаяся на них, не зашифрована, но в случае с Mobile Device Manager 2008 ИТ-администраторы могут быть уверены, что этого не произойдет.

Сегодня многие пользователи мобильных устройств при работе с ними часто передвигаются, например, перемещаясь по производственной территории, и на ходу получают доступ к корпоративной информации. В Windows Mobile Device Manager 2008 предусмотрена функция быстрого восстановления соединения для поддержки подобного рода использования. В случае потери сигнала пользователю не обязательно повторно проходить

аутентификацию, вместо этого он просто подключается к сети VPN и продолжает работу с того момента, на котором остановился. Mobile Device Manager 2008 также обеспечивает бесперебойное функционирование вне зависимости от той среды соединения, в которой находится пользователь.

Из сведений, полученных в ходе опросов в Западной Европе, мы знаем о более чем ста пользователях Microsoft, которые запросили включение в Mobile Device Manager 2008 функции дистанционного удаления данных просто потому, что многие люди теряют свои мобильные устройства. Хотя пользовательское устройство может иметь зашифрованные пароль или PIN-код и таймерный сброс, наличие функции дистанционного удаления данных уменьшает угрозу взлома утерянного или украденного устройства и получения доступа к секретной корпоративной информации. В отличие от случая работы с другими конкурентными решениями, ИТ-менеджеру не нужно ожидать синхронизации устройства с сервером для добавления функции дистанционного удаления.

«Двойная» архитектура безопасности Mobile Device Manager 2008 дополнительно повышает уровень защиты за счет аутентификации как устройства, так и пользователя, предоставляя единую точку доступа для трафика мобильных приложений. Устройство Windows Mobile подключается к шлюзовому серверу в зоне DMZ, и весь поток данных передается через зашифрованный тоннель IPsec. Это гарантирует безопасность данных при передаче с управляемого мобильного устройства на шлюзовую сервер и Mobile Device Manager 2008. Если передаваемый по зашифрованному тоннелю IPsec поток данных был зашифрован с помощью SSL через другой источник (шифрование электронной почты Exchange или шифрование через обратный прокси-брандмауэр, такой как ISA Server), то это обеспечивает многоуровневый и более безопасный «двойной конверт».

System Centre Mobile Device Manager 2008 предлагает пользователям портал самопомощи, который направлен на то, чтобы облегчить решение проблем, связанных с работой их устройств. Они могут просматривать перечень всех управляемых ими устройств, что также улучшает отчетность и упрощает отслеживание. Пользователи могут создавать новые регистрационные записи для любых устройств, которыми они хотят управлять, а также удалять устройства, если возникает такая необходимость.

Все телефоны с ОС Windows Mobile 6.1 будут оснащены полной поддержкой Windows Mobile Device Manager 2008, что гарантирует уверенность как отдельных пользователей, так и организаций в безопасности секретной информации вне зависимости от способа доступа к ней.



Исполнение обеспечено

Как отмечает Марк Вебб, современные технологии в интерактивном магазине, начиная с автоматизации графика распределения работ между сотрудниками и заканчивая сокращением объема бумажных операций, помогают менеджерам в выполнении одноразовых операций и, таким образом, способствуют высвобождению драгоценного времени, которое можно уделить клиентам

Магазин — это лицо любой компании розничной торговли, и здесь идут в ход все доступные средства: окружающая обстановка, фирменная символика, схема расположения и наличие товара. Как в этом могут помочь современные технологии? Стратегически на первый план выходит интерактивный магазин. В некоторых районах Европы, Ближнего Востока и Африки отсутствуют достаточно надежные и доступные по цене широкополосные соединения, но таких областей немного, и в них активно идет создание инфраструктуры. Операционные системы Windows, встроенные в торговые терминалы (WEPOS, XP, Vista) и карманные устройства (CE, XP), являются основой интеллектуального магазина. Технология самонастраивающихся устройств позволяет сократить затраты на аппаратное обеспечение в компаниях розничной торговли,

поскольку можно выбрать то, что лучше всего соответствует требованиям, не беспокоясь о проблемах совместимости. Производители принтеров, например Star, Citizen и Epson, также сертифицируют свою продукцию для использования с данными операционными системами. Чтобы расширить преимущества интерактивного магазина, Microsoft сотрудничает с ARTS (Ассоциация по стандартизации технологий розничной торговли) в разработке стандартов, с помощью которых торговые терминалы смогут находить периферийные устройства в беспроводной сети и подключаться к ним.

Отдел ИТ компании розничной торговли, соединенный с удаленными магазинами по широкополосному каналу, может использовать Microsoft System Center для управления множеством устройств в магазине, от торгового терминала до КПК сотрудников и смартфона менеджера, и обеспечения их безопасности. Благодаря этому обеспечивается совместимость всех устройств в системе компании розничной торговли и персонал магазина может не беспокоиться о задачах ИТ.

Лестер Адерем из компании Argility отмечает, что устройства в магазине, как правило, предназначены для выполнения транзакций: с их помощью собирают данные продаваемого товара, сканируют, вводят данные дисконтных карт или товарных запасов. Сведения о транзакциях передаются из магазина в систему планирования ресурсов предприятия (ERP) в головном офисе и возвращаются в магазин в виде информации, необходимой для работы менеджеров, например в виде предупреждения о том, что товарные запасы могут скоро закончиться.

Г-н Адерем рассказывает о тенденции использования технологий для

акции, включающей в себя финансовую составляющую, сотрудники могут подтвердить соблюдение требований объявленной акции (например, выставление товара или рекламных материалов, количество товара на складе), сделав фотографию и приложив ее к форме для отправки в головной офис.

Интерактивный магазин позволяет компаниям розничной торговли достигать желаемой эффективности за счет внедрения таких технологий, как КПК, электронные таблички на полках с товаром, самостоятельная выписка чеков покупателями, киоски и интеллектуальные тележки для покупок.

Чезаре Даниа из компании Reprosoft приводит в пример использование КПК в магазине модной одежды, когда покупателю может понравиться стиль и цвет, но при этом нужный размер в этот момент отсутствует: «Когда вы обслуживаете клиента и одежда, которую он(а) примеряет, не подходит по размеру, с помощью КПК или торгового терминала можно в режиме реального времени проверить наличие других размеров и цветов или похожей модели одежды в этом магазине и в других магазинах, находящихся поблизости. Благодаря этому вы можете очень быстро удовлетворить потребности клиента».

Компания Act'o-soft интегрировала КПК на базе ОС Windows, торговые терминалы и большие экраны, что позволяет рекомендовать предметы одежды, которые соответствуют выбору или пожеланиям клиента. К примеру, если клиент покупает брюки, то из каталога можно выбрать подходящие ремень, верх, обувь или прочие аксессуары. На большом экране демонстрируются фотографии моделей в этой одежде. То же самое изображение можно показать клиенту на экране торгового терминала, и оператор торгового терминала может переключаться между сведениями о заказе и страницей с фотографиями. При покупке также может быть предложена краткая анкета, заполняемая покупателем по желанию, способствующая совершенствованию линий модной одежды частной или партнерской торговой марки. Торговый терминал, разработанный компанией Act'o-soft, размещается на уровне OLE для торговых терминалов (OPOS) и в режиме реального времени взаимодействует с решением Dynamics AX ERP компании Circon.

Компания VCS Timeless планирует на июнь выпуск новой версии Columbus Retail Pocket, приложения для мобильного торгового терминала и системы управления взаимоотношениями с клиентами. Retail Pocket для КПК дает возможность продавцам-консультантам редактировать цену для предоставления скидки в момент продажи, производить поиск по складу и выполнять приемку товара. Розничная сеть женской одежды Caroll, входящая в группу компаний Vivarty Group, недавно внедрила Retail Pocket

в 250 своих магазинах за рекордно короткий срок. С помощью этого продукта сотрудники, прошедшие одночасовое обучение, могут заменить ярлыки 3000 товарных позиций в течение двух часов.

Пол Мэкин из компании K3 считает, что мобильные устройства уже стали доступными по цене для компаний розничной торговли и их распространение стремительно растет. При этом важно, что одно и то же устройство в компании розничной торговли может использоваться для различных целей. В прошлом компания розничной торговли приобретала решение для складского учета, в комплект которого входило карманное устройство. Однако никаких других функций это мобильное устройство не выполняло.

Теперь же благодаря стандартной операционной системе можно использовать одно физическое устройство для складского учета, приемки товара и других задач.

Г-н Мэкин также добавляет, что мобильные устройства обеспечивают гибкость в использовании площадей магазина. Люди привыкли к стационарным прилавкам и стационарным торговым терминалам, но благодаря беспроводным и мобильным технологиям можно использовать другие, новаторские подходы.

Использование интерактивного магазина позволяет компаниям розничной торговли выгодно отличаться от конкурентов за счет творческого подхода в стимулировании сбыта определенных товаров в определенные периоды и продавая торговые площади владельцам торговых марок. Компания K3 недавно связала торговый терминал с цифровой вывеской, встроив программу, которая автоматически включает показ рекламы, если продажи продукта были ниже ожидаемого уровня. Цифровая вывеска информирует покупателей о специальном предложении, а система отключит рекламу, как только продажи достигнут заданного порогового значения. Пороговые значения настраиваются заранее.

Новые мобильные терминалы и киоски от таких компаний, как Wincor Nixdorf, поддерживают мультимедийные технологии и предоставляют множество возможностей для повышения качества услуг, а также для прямой связи и взаимодействия с клиентами.

К примеру, участники поощрительных программ для постоянных покупателей могут теперь подготовить список планируемых покупок, находясь дома, отправить его в магазин в виде текстового сообщения, а в магазине использовать это сообщение на мобильном терминале. Когда покупатель идентифицирует себя с помощью клиентской карточки, система выдает его/ее списки планируемых покупок и карту магазина, в том числе указания по ориентации в магазине, помогающие без задержек найти в магазине нужные продукты.

Мобильные терминалы также ускоряют процесс выписки чека — клиенты могут

КОГДА ВЫ ОБСЛУЖИВАЕТЕ КЛИЕНТА, С ПОМОЩЬЮ КПК ИЛИ ТОРГОВОГО ТЕРМИНАЛА МОЖНО В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ ПРОВЕРИТЬ НАЛИЧИЕ ТОВАРА КАК В ЭТОМ МАГАЗИНЕ, ТАК И В ДРУГИХ МАГАЗИНАХ, НАХОДЯЩИХСЯ ПОБЛИЗОСТИ

Чезаре Даниа,
компания Reprosoft

сканировать товары прямо в тележке для покупок и оплачивать их с помощью автоматического платежного терминала.

Программное обеспечение для мобильных решений компании Wincor Nixdorf, созданных на базе технологии TP.net, позволяет управлять различными устройствами. Благодаря открытой архитектуре системы аппаратное и программное обеспечение TPiSHOP можно легко интегрировать с другими решениями для розничной торговли и приложениями для торговых терминалов.

Спектр решений дополняют беспроводные компоненты инфраструктуры и специальные стойки для выдачи мобильных терминалов. В пакет решений TPiSHOP входят также мобильные «консультанты по продажам» — мобильные терминалы для торгового персонала, позволяющие получать дополнительную информацию.

КПК в особо прочном корпусе, ранее использовавшиеся для складского учета, теперь также находят распространение в магазинах. Торговый терминал Skeye.pad компании Hoef & Wessel имеет большой экран для отображения стандартного расположения кнопок торгового терминала и работает под управлением Windows CE и .NET, облегчающих интеграцию. Компания Hoef & Wessel объединила Skeye.pad с системой управления доступом, создав решение для автоматической выписки чека. Покупатель с помощью предоплаченной карточки оплачивает отсканированные товары, и система автоматически выпускает его.

Электронные ярлыки для полок с товаром также предлагаются по достаточно привлекательным ценам для компаний розничной торговли, чтобы считать их рентабельной инвестицией. Торговый персонал может инициировать в магазине рекламную акцию и перепрограммировать ценники для стимулирования сбыта определенных продуктов. Последняя версия КПК Nordic под управлением Windows Mobile работает с программным обеспечением Erisys и позволяет персоналу перепрограммировать ценники с помощью КПК. Исправленные данные с ценами сначала отправляются в систему торговых терминалов, а затем на ценники, поэтому между системами не может быть несоответствия.

в центре внимания

Революция в розничной торговле

Первой страной, попавшей в центр внимания в новой рубрике, стала Франция. Розничный рынок страны стоит на пороге масштабных перемен, которые коснутся организации работы и направлений деятельности

Новый отчет «Розничная торговля во Франции в 2008 г.» (Retailing in France 2008), опубликованный компанией Verdict Research, занимающейся исследованиями розничного рынка, выявил предпосылки революционного роста на розничном рынке Франции. Учитывая всеобщее негодование по поводу снижения уровня покупательной способности и роста стоимости средней покупательской корзины, вызванных жестким регламентированием французской розничной торговли и мировой инфляцией цен на продовольствие, либерализация в той или иной форме кажется неизбежной. Она может привести к изменению сложившегося положения на розничном рынке Франции, который более фрагментирован по сравнению со средневропейским.

Согласно данным Verdict Research, устойчивый рост французской розничной торговли, наблюдавшийся последние несколько лет (на 14,3% за период с 2002 по 2007 гг.), может приобрести революционные масштабы, если будут сняты или ослаблены

существующие регулятивные оковы. Основным фактором, препятствующим росту, является сложившаяся во Франции нормативно-правовая база, особенно законы Раффарена (Raffarin), Галлана (Galland) и Дютрэя (Dutruel). Такие внешние условия чрезвычайно затрудняют развитие розничной торговли. В частности, закон Раффарена ограничил создание новых торговых площадей в стране.

Старший аналитик Verdict Research и автор этого отчета Даниэль Люхт (Daniel Lucht) отмечает: «Из-за закона Раффарена во Франции зачастую оказывается проще развивать розничный бизнес путем приобретения компаний, уже имеющих в собственности земельные участки, магазины и требуемые разрешения на строительство, чем самостоятельно открывать новые магазины». Например, компания Rewe Group продала свою сеть Penny сети Carrefour, а группы Edeka и Tesco ушли с этого рынка. На мебельном рынке группа Kesa продала свое подразделение But, а в секторе электротехники также поступила компания DSGi.

Однако набирающая обороты международная экспансия также привела к тому, что некоторые участники рынка оказались незащищенными на внутреннем рынке. Обеспечивая защиту прибыли розничных продавцов, закон Галлана вместе с тем не гарантировал объемов продаж в гипермаркетах, и многие потребители отказались от этого формата в пользу дискаунтеров. Поскольку закон запрещал крупным сетям продажу товаров ниже себестоимости, снижая тем самым их конкурентоспособность по сравнению с хард-дискаунтерами, сокращение рыночной доли гипермаркетов стало повсеместным явлением. В этой связи компания Verdict полагает, что законом Галлана в определенной степени объясняется и рост дискаунтеров. С другой стороны, поскольку собственные марки предприятий розничной торговли не подпадали под действие этого закона, они вышли на арену конкурентной борьбы, и сейчас закон Галлана способствует росту доли частных торговых марок в гипермаркетах.

Сочетание трех ключевых факторов — законодательной базы, роста доли дискаунтеров и отсутствия приоритетов — существенно сказалось на положении гипермаркетов во Франции. За период с 2002 по 2007 гг. товарооборот на единицу площади в сетях гипермаркетов Carrefour и

Casino сократился на 13,8% и 24,3% соответственно вследствие сочетания таких факторов, как стагнация или спад продаж в данном формате на фоне постоянного наращивания торговых площадей. Несмотря на тот факт, что страна была родиной гипермаркетов, этот формат исчерпал возможности роста.

По мнению специалистов компании Verdict, либерализация может иметь ряд последствий для розничного рынка Франции. После пересмотра закона Раффарена станет легче создавать новые площади для розничной торговли. Пересмотр законов Галлана и Дютрэя может подстегнуть новые ценовые войны. Реформа рынка труда будет иметь огромное значение для предприятий розничной торговли, как в качестве работодателей, так и прямых получателей выгоды от увеличения покупательной способности вследствие роста доходов населения.

Сотрудник корпорации Microsoft Грегори Лангран (Gregory Lengrand) подтверждает сделанные в отчете выводы: новые экономические правила способствуют развитию небольших магазинов, стимулируют конкуренцию и ведут к либерализации законов, регулирующих торговлю, в результате чего может быть, например, разрешена торговля по воскресеньям. К другим изменениям в законодательстве относятся новые экологические требования, и эти факторы скоро начнут действовать, т. к. французские предприятия розничной торговли планируют заменить POS-системы, внедренные в 2000 г.

В ожидании законодательных изменений владельцы гипермаркетов занялись совершенствованием профессиональных навыков. Многие участники рынка расширяют ассортимент своих частных марок (Carrefour, E Leclerc, Auchan, ITM, Systeme U), дополняя его более специализированными группами непродовольственных товаров (в первую очередь это относится к одежде, а также электротехнике, материалам и инструментам) и обратив, наконец, внимание на интерес покупателей к здоровому образу жизни и этические требования.

Поскольку закон Галлана сдерживает ценовую конкуренцию, ведущие участники рынка переключились на другие сферы конкурентной борьбы. В целом, сфера услуг (заправочные станции, банки, интернет-

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ С ПОМОЩЬЮ DYNAMICS

Магазины, входящие в сеть *Les boulangeries Paul*, получают хлебобулочные и кондитерские полуфабрикаты и выпекают на месте готовую продукцию. Компания решила проблему оптимизации учета запасов полуфабрикатов, установив решение Microsoft Dynamics AX. «Нашей первоочередной задачей было не повышение производительности труда или сокращение численности персонала, а предоставление всем магазинам более полной информации, помогающей облегчить работу обслуживающего персонала и удовлетворить потребности клиентов», — говорит Кристиан Пакан (Christian Pacan), директор по информационным системам Groupe Holder.

услуги, мобильная связь) во Франции развита значительно лучше, чем в других странах Евросоюза. Еще одним полем для конкурентных войн стали веб-сайты, на которых можно сравнить цены (теперь этот опыт переняли и в Великобритании). По оценкам компании Verdict, во Франции больше магазинов с возможностью сделать все покупки в одном месте, чем в других странах, и в этом направлении ожидается дальнейшее развитие.

Поскольку закон Раффарена существенно ограничил возможности для размещения торговых площадей, предприятия заинтересовались новыми непроверенными решениями. Компания Fnac, реализующая электронику, музыкальную и видеопродукцию, выносит свои новые магазины за пределы городов. «Мебельные бульвары» предлагают новое решение для продавцов мебели. В то же время компании ITM и Kingfisher осваивают центр города, размещая здесь новые небольшие магазины; Conforama также перебирается на центральные улицы французских городов.

В настоящее время ведущей розничной сетью является Leclerc, а в непродовольственном секторе наиболее успешно работает Leroy Merlin. Больше всего магазинов открывает Lidl (девять за прошлый год), а самым популярным веб-сайтом является Cdiscount. Более трети французских потребителей уже совершали покупки через Интернет, 60% предварительно изучали информацию о продукте в сети Интернет, поэтому вопрос организации многоканальной розничной торговли также стоит на повестке дня французских предприятий розничной торговли.

МОБИЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ

Payez Mobile — это экспериментальная платежная система на основе мобильных телефонов, работающая в Кане и Страсбурге (Франция) и объединяющая 1000 клиентов, которые пользуются мобильными телефонами, поддерживающими технологию NFC. При поддержке шести банков и четырех операторов мобильной связи организаторы Payez Mobile рассчитывают приступить к полноценному обслуживанию клиентов в 2009 г. и ставят перед собой цель сделать мобильный телефон таким же привычным средством оплаты, каким он уже сейчас является в Японии.



НА ВЕРНОМ ПУТИ

Национальный географический институт (IGN), занимающий во Франции лидирующие позиции в области картографии и аэрофотосъемки, подписал пятилетний договор о партнерстве с корпорацией Microsoft на специализированной выставке Geoevenement 2008, проводимой для специалистов по геоинформации. Это сотрудничество позволит Microsoft лицензировать аэрофотоснимки Франции, сделанные IGN, и распространять их на платформе Microsoft Virtual Earth и через сайт Microsoft LiveSearch Maps.

«Сотрудничество с IGN поможет нам поднять службу Virtual Earth во Франции на новый уровень точности, — говорит Арно Гштах (Arnaud Gstach), менеджер по развитию бизнеса Microsoft Virtual Earth в Южной Европе. — Потребители, коммерческие и государственные организации смогут получить доступ к аэрофотоснимкам всей Франции. Пользователи смогут подробно рассмотреть свой район или место отдыха, а у коммерческих и государственных организаций появится возможность использовать эту службу для изучения земельных участков, градостроительного проектирования, слежения за

дорожным движением и выбора местоположения объектов».

В настоящее время служба Microsoft Virtual Earth располагает аэрофотоснимками высокого разрешения 9 крупнейших городов Франции и снимками с высоты птичьего полета (под углом 45 градусов) 43 французских городов. Карты BD Ortho, появившиеся в мае 2008 г., дополнят существующую платформу Virtual Earth и будут охватывать всю территорию Франции, позволяя пользователям увеличивать и уменьшать масштаб изображений и просматривать снимки с более высоким разрешением, чем раньше.

Кроме того, на платформе Virtual Earth будут доступны аэрофотоснимки всей береговой линии Франции с еще более высоким разрешением, чем снимки внутренней территории страны. Это очень важно, поскольку Франция является одной из самых привлекательных для туризма стран (в 2006 г. ее посетили 78 млн. иностранных туристов). Снимки будут доступны различным организациям, например туристическим компаниям, а также туристам, которые смогут виртуально ознакомиться с побережьем, архитектурой и достопримечательностями Франции перед поездкой.



в центре внимания

РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАВЦЫ ДЕЛЯТСЯ ОПЫТОМ

Три компании розничной торговли (одна из сферы общественного питания, вторая представляет оптовый сектор, третья занимается продажей одежды) делятся опытом использования решений Microsoft Dynamics



На выставке Euroshop 2008 мы встретились с группой пользователей Microsoft Dynamics, чтобы обсудить влияние

информационных технологий на их бизнес. Три компании, работающие в различных регионах и представляющие разные секторы розничной торговли, — Bestseller, Asics и Dolly Dimple — позволили нам получить представление о том, чего ожидают предприятия розничной торговли от корпоративных приложений.

Датская компания Bestseller стоит за многими известными торговыми марками, такими как Vero Moda и Jack & Jones, представленными более чем в 30 странах. По словам ИТ-менеджера Петера Аусума (Peter Ausum), компания Bestseller имеет около 1900 розничных точек, при этом примерно половина бизнеса приходится на розничную торговлю, а другая половина — на оптовую.

Герхард Шумахер (Gerhard Schumacher), сотрудник компании Asics, рассказал, что эта японская компания осуществляет оптовые поставки спортивной одежды розничным предприятиям, но сама не занимается розничной торговлей. Г-н Шумахер работает в немецком представительстве, а головной европейский офис компании находится в Амстердаме. Компания Asics поставляет спортивную обувь и спортивные товары более чем в 1600 европейских магазинов.

ИТ-менеджер компании Dolly Dimple Ингве Хансен (Yngve Hansen) представляет сферу общественного питания. Эта ведущая в Норвегии сеть объединяет 90 предприятий, торгующих пиццей и осуществляющих доставку пиццы на дом и в офисы. В ней работают 1600 человек.

По словам г-на Аусума, в компании Bestseller решения Dynamics NAV используются уже в течение 25 лет. Речь идет о различных решениях на основе NAV, но при этом г-н Аусум отметил: «Наша компания настолько большая, что одно решение Dynamics не может покрыть

все наши потребности». Компания Bestseller имеет звездообразную структуру. В каждой из 38 стран находится собственная компания, в которой используется решение NAV. В период с 1997 по 2004 гг. в компании использовалась система NCR POS, но затем было принято решение изучить возможность перехода на другую систему в будущем — «более стандартизированную и более гибкую в настройке». В качестве нового POS-решения компания выбрала систему LS Retail. Основным аргументом в ее пользу стал опыт работы с решением NAV в ИТ-отделе компании Bestseller, что позволяло очень быстро реализовать намеченные изменения.

Г-н Аусум говорит, что компания, работающая в модном бизнесе, должна предъявлять к разрабатываемым решениям определенные требования: удобство в управлении, поддержка различных языков и обеспечение соблюдения законодательных норм. Последний пункт, по словам г-на Аусума, является серьезной проблемой для компании Bestseller. Осуществление деятельности в таком большом количестве стран сопряжено с необходимостью решать множество вопросов, связанных с налогами. Поэтому компании необходимо такое решение, поддержку которого ИТ-отдел сможет обеспечивать на регулярной основе. Именно поэтому было выбрано решение NAV. Г-н Шумахер из компании Asics отмечает наличие схожих проблем, однако в последнее десятилетие его компания была вынуждена решать совсем другие задачи. В 1990-е годы компания Asics занялась поисками новой ERP-системы. Раньше для ведения финансового учета в компании применялась система SAP, которая также обслуживала розничную торговлю, но она не могла справиться с проблемой 2000 года. В 1998 г. при выборе новой ERP-системы немецкое подразделение Asics пришло к выводу, что для компании такого размера лучше всего подходит решение NAV, которое к тому же

обладает более гибкими возможностями. В компании Asics также пришли к пониманию того, что решение NAV сможет справиться со всеми сложностями, присущими ее продукции — модной одежде и обуви. Например, компании нужна была матрица для ввода размеров по каждому цвету в ее ассортименте товаров, а в обычной ERP-системе такая матрица отсутствовала. «У нас в ассортименте присутствуют сотни различных моделей обуви, каждая из них в двух или трех цветах и 12–13 размерах. Обычная ERP-система не смогла бы справиться с таким разнообразием», — говорит г-н Шумахер. Немецкое отделение Asics разработало интерфейс для системы SAP и с апреля 1999 г. начало использовать решение NAV для управления логистическими цепочками.

Затем европейское отделение Asics занялось поиском новой системы управления логистическими цепочками в масштабах всей Европы и, учитывая немецкий опыт, остановилось на решении NAV. Компания Asics использует несколько баз данных (для Европы, стран Бенилюкса и Германии), которые интегрированы с помощью платформы Microsoft Biztalk Server. Теперь штаб-квартира компании в Амстердаме применяет решение NAV для управления логистическими цепочками и финансового учета. В Германии компания Asics получила законченное ERP-решение в одной системе, установив решение NAV 5.0 и дополнив его новым отраслевым решением для модного бизнеса, а для обслуживания своих торговых представителей использует систему LS Retail.

По словам г-на Хансена, десять лет назад компания Dolly Dimple, владевшая в то время 16 ресторанами, применяла систему собственной разработки, которая работала достаточно хорошо на начальном этапе. Однако когда число розничных точек достигло 20, компания приступила к поиску решения, которое могло бы справиться с будущим ростом и

взаимодействовать с системой Micros POS. «Это была хорошая POS-система, однако ее невозможно было связать с модулем бухгалтерского учета», — отмечает г-н Хансен. Головной офис вынужден был вручную вводить бухгалтерские данные почти для 40 предприятий, работающих на условиях франшизы, — независимых компаний, управляющих одним или несколькими ресторанами. При этом часто возникали расхождения в учетных данных.

Чтобы повысить профессионализм работы своей сети, в Dolly Dimple хотели создать централизованную базу данных клиентов и интегрировать POS-систему. Никто не был уверен в том, что имеющаяся система сможет работать и после 30 декабря 1999 г., поэтому в компании была установлена POS-система компании Infostore. Как говорит г-н Хансен, эта система хорошо подходит для пиццерий и благодаря ей компания Dolly Dimple многого добилась. Кроме того, она непосредственно интегрирована с решением NAV. Экспорт данных из POS-системы в решение NAV позволил ускорить процесс выставления счетов, и теперь с задачей формирования счетов для 40 предприятий франчайзинговой сети справляется один сотрудник.

Затем в компании был организован центр обработки вызовов, работающий с использованием системы LS Retail. При обращении клиента в центр создается новая запись в централизованной базе данных клиентов в системе NAV, которая затем направляет заказ в ресторан, ближайший для этого клиента. Добавлять клиентские данные может только центр обработки вызовов, однако рестораны могут обрабатывать на месте подарочные карты. В компании Dolly Dimple используется система NAV 3.7, которая позволяет выполнять 500–600 проверок данных по одному заказу.

Благодаря системе NAV компании удалось организовать централизованную базу данных клиентов с глобальными таблицами, однако финансовые данные разных предприятий франчайзинговой сети хранятся раздельно. Рестораны постоянно подключены к сети и переходят к ручной системе работы (с использованием ручки, бумаги и факса) только при сбое связи, что в Норвегии происходит нечасто. Г-н Аусум рассказал, что такая же система сложилась и в компании Bestseller, в которой ввод всех данных осуществляется централизованно, а затем локальные базы данных в различных странах обновляются с помощью веб-служб, что при использовании решения NAV не составляет труда.

Компания Dolly Dimple также хотела повысить уровень обслуживания своих франшизополучателей с помощью средств бизнес-аналитики и за счет того, что

данные о транзакциях сейчас поступают в систему NAV. Начав с использования решения Informix, компания Dolly Dimple перешла затем на решение ProfitBase для расчета ключевых показателей эффективности для каждого менеджера ресторана, что позволило исключить рассылку обобщенных отчетов всем менеджерам. Несмотря на тот факт, что система NAV может формировать нужные отчеты, база данных и так достаточно загружена, поэтому лучше извлекать необходимые данные для их анализа в системе ProfitBase. По словам г-на Хансена, с системой ProfitBase настолько просто работать, что после короткого обучения сотрудники ресторанов могут самостоятельно проводить анализ, используя полученные данные.

Г-н Аусум согласился, что анализ данных по торговым точкам в системе NAV занимает слишком много времени и одной из основных причин перехода на версию NAV 5.0 стала возможность выполнения анализа в одном представлении во время работы с заказами клиентов в другом представлении.

Отвечая на вопрос о соответствии NAV потребностям компании, г-н Шумахер объяснил, что на начальном этапе использования этого решения в компании Asics пришлось добавить множество дополнительных расширений на экраны с целью адаптации NAV к требованиям бизнеса, а возможности NAV оказались достаточно гибкими для реализации этих изменений. В стандартной комплектации самая последняя версия NAV имеет 80–90% необходимых функций; остальные 10–20% требуют модификации, связанной, в основном, с изменением способа ввода данных.

Г-н Хансен сказал, что его компания практически не занималась адаптацией NAV. С другой стороны, интерфейс POS-решения был изменен с текстового на графический, а сотрудники ИТ-отдела Dolly Dimple, большинство из которых работали в ресторане и знают, как быстро продавать пиццу, разработали решение, обеспечивающее оптимальное взаимодействие персонала с клиентами. Сегодня, по словам г-на Хансена, POS-решение от Infostore позволяет выполнять все задачи, включая обработку подарочных карт. Проверка в глобальной таблице выполняется одним нажатием кнопки. Когда в центр обработки вызовов или с веб-сайта поступает заказ, система проверяет, открыт ли ресторан и имеются ли все необходимые ингредиенты для приготовления требуемой пиццы.

Г-н Аусум подчеркнул, что решение NAV является очень надежным и простым в настройке. Он обратил особое внимание на тот факт, что пользователи NAV могут обращаться к большому числу

консультантов. При использовании систем SAP его беспокоила возможность столкнуться с проблемами из-за недостаточного количества консультантов или ограниченностью способов выполнения операций. Он добавил, что у сотрудников, работающих с NAV, больше возможностей для адаптации решения.

Г-н Шумахер поддержал эту тему и подчеркнул необходимость соблюдать осторожность, поскольку NAV позволяет вносить больше изменений, чем SAP. Как отметил г-н Шумахер, система SAP очень четко определяет набор действий: вы просто должны следовать инструкциям и соблюдать стандартные процедуры, которые не можете изменить; он добавил также, что на начальном этапе в компании Asics предполагали, что только 30–40% функциональности ее ERP-системы будет стандартной, поскольку модная индустрия имеет свои особенности. Все зависит от требуемой гибкости. Чтобы реагировать на рыночные изменения, можно воспользоваться преимуществами NAV и сделать бизнес гибким.



СМЕНА НАПРАВЛЕНИЙ

Ингве Хансен занимает должность ИТ-менеджера в сети пиццерий Dolly Dimple, охватывающей всю Норвегию. Г-н Хансен имеет большой опыт работы в гостиничном и ресторанном бизнесе в качестве шеф-повара и менеджера отеля и ресторана. Он работал в различных отелях и ресторанах и стал заниматься ИТ, только поступив на работу в Dolly Dimple десять лет назад. С тех пор как он стал ответственным за ИТ, число ресторанов Dolly Dimple увеличилось с 16 до 90.

Интеграция каналов сбыта

Успешные розничные торговцы с множественными каналами сбыта разрабатывают свои технологические решения с учетом предпочтения покупателей относительно способа совершения покупок. Отдел ИТ может упростить многие производственные процессы за счет разработки новых каналов на интегрированной платформе



Ведется много разговоров о том, каким образом розничные продавцы должны интегрировать свои различные каналы сбыта на рынке, если они хотят эффективно управлять увеличивающимися производственными затратами, а также удовлетворять потребность своих клиентов. Многим розничным продавцам удается успешно справляться и с тем и с другим, но даже в этом случае существует ряд важных моментов, с которыми необходимо считаться.

Прежде всего, следует обратить внимание на тот факт, что 34% розничных торговцев до сих пор не осуществляют торговую деятельность через интернет-каналы, ограничиваясь только наличием в сети сайта-

визитки торговой марки. Розничные продавцы вынуждены внедрять электронную торговлю, учитывая предпочтения клиентов, которые хотят находить больше информации о товаре в Интернете, иметь возможность покупать непосредственно в магазине, а также возвращать товары по почте.

Главной трудностью для розничных торговцев является признание целесообразности реализации товаров через множественные каналы, так как они опасаются, что продажа через Интернет вытеснит магазинные продажи. Хотя некоторые розничные торговцы действительно могут столкнуться с этой проблемой в ближайшее время, в более отдаленном будущем им придется неизбежно выдерживать конкуренцию со стороны розничных торговцев, которые сумели организовать сбыт через все каналы и предоставили своим клиентам возможность выбора удобного для них способа совершения покупок.

Цифры, подтверждающие преимущества торговли через множественные каналы, способны убедить розничных продавцов изменить свою позицию. По заявлению одного из предприятий-гигантов розничной торговли в США — корпорации J. C. Penney, покупатели, совершающие покупки через множественные каналы, тратят на 50–400% больше, чем обычные покупатели в магазинах, и именно они составляют группу потребителей, обеспечивающих рост объемов розничной торговли. В частности, это говорит о том, что покупатель, который совершает в магазине покупку на сумму 50–100 фунтов, может потратить в пять-шесть раз больше, имея возможность покупать товары в магазине, через Интернет или с доставкой по почте.

Во-вторых, в настоящее время интеграция множественных каналов сбыта распространяется только на предложения отдельных каналов и отдельные организации, составляющие каналы продаж, в то время как она должна заключаться в формировании предложений, охватывающих все каналы, и быть направленной на удовлетворение потребностей клиента с помощью всех доступных средств. Многим розничным продавцам потребуется еще немало времени для создания инфраструктуры сбыта через множественные каналы. По результатам

исследований, проведенных профильной компанией Talisma с применением метода контроля качества обслуживания «таинственный покупатель» среди компаний розничной торговли в Великобритании, общий уровень качества обслуживания составил всего 45% от желаемого. Только на 23% обращений клиентов по электронной почте были получены ответы, и только в 31% случаев обращения по телефону телефонный разговор состоялся. Более того, около 50% электронных писем содержали неточную информацию.

Совершенно очевидно, что в то время как осуществление покупок по нескольким каналам удобно для покупателей, организация такого сбыта порождает массу сложностей для владельцев предприятий розничной торговли, которая до недавнего времени считалась простым бизнесом, а теперь перестала быть таковым.

Таким образом, в настоящий момент крайне актуально построение инфраструктуры розничной торговли с учетом предпочитаемых клиентами способов совершения покупок. Надо также помнить о том, что, если потребители удовлетворены качеством обслуживания, они расскажут об этом десятку своих друзей, а если же они будут недовольны — то поделится своим мнением уже не с десятком, а с десятью тысячами людей через сайты социальных сетей. Мнение клиентов является реальной силой воздействия на рынок. Действительно, есть немало примеров, когда потребители заставляли розничных продавцов реагировать на их жалобы, размещая в сети петиции, рейтинг которых в системе Google Ad Words порой превышал рейтинг сайта продавца!

Итак, каким же должен быть магазин будущего с учетом потребностей покупателей, предпочитающих приобретать товары по нескольким каналам? На протяжении нескольких последних лет велись разговоры о необходимости создания «театрализованной» атмосферы розничных продаж, которая бы волновала и притягивала покупателей. Решая важную задачу совершенствования методов продаж, следует помнить о том, что любые мероприятия должны способствовать увеличению прибыли, поскольку расходы на аренду помещений и управленческие затраты продолжают расти. Магазин используется,



ОБ АВТОРЕ

Директор по развитию бизнеса Стивен Хэмпсон работает в компании K3 с начала 2006 года; на первом этапе своей работы он возглавлял подразделение по разработке ПО Elucid для продаж по множественным каналам. В настоящее время он является сотрудником подразделения по разработке ПО для розничной торговли и применяет свой опыт в области технологий продаж по множественным каналам для усовершенствования решений компании K3 для розничной торговли и для развития электронной торговли.



таким образом, для стимулирования продаж по всем каналам.

Все это позволяет предположить, что информационные киоски, которые вяло используются на протяжении вот уже почти 20 лет, вступят наконец в пору расцвета. Расходы на покупку и содержание киосков намного ниже, чем на привлечение кадровых ресурсов; киоски также идеально подходят для реализации товаров, которые не могут храниться на складе в месте продажи. Например, они могут использоваться как стационарные или мобильные устройства для демонстрации моделей отсутствующих в наличии цветов, что очень удобно в розничной торговле мебелью. Киоски позволяют высвободить персонал для выполнения других задач, так как клиенты могут свободно просматривать товары с помощью интерактивных терминалов точно так же, как с использованием Интернета с домашнего компьютера.

В настоящее время даже самый обычный мобильный телефон представляет собой многофункциональное устройство связи, возможности которого должны поддерживаться другими каналами сбыта и интегрироваться с ними. Потребитель может воспользоваться скидкой на основании штрихкода, направляемого на мобильный телефон в рамках рекламной кампании, совершая покупки как в магазине, так и через Интернет. Это средство маркетинга зарекомендовало себя как более эффективное по сравнению с традиционной рассылкой ваучеров на получение скидки.

А интернет-сайты социальных сетей, такие как Facebook, в корне меняют способ установления контакта розничных продавцов с потребителями и предложения им своих товаров. Наряду с положительными сторонами вирусного маркетинга существуют и отрицательные: так как потребители, принимая решения, объединяются в группы, существует риск, что рычаг маркетингового воздействия окажется не в руках розничных торговцев, а у потребителей.

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ИНТЕГРАЦИЯ МНОЖЕСТВЕННЫХ КАНАЛОВ СБЫТА РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ТОЛЬКО НА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ КАНАЛОВ И ОТДЕЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, СОСТАВЛЯЮЩИЕ КАНАЛЫ ПРОДАЖ, В ТО ВРЕМЯ КАК ИНТЕГРАЦИЯ ДОЛЖНА ЗАКЛЮЧАТЬСЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ, ОХВАТЫВАЮЩИХ ВСЕ КАНАЛЫ, И БЫТЬ НАПРАВЛЕННОЙ НА УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТА С ПОМОЩЬЮ ВСЕХ ДОСТУПНЫХ СРЕДСТВ.

Стивен Хэмпсон
Компания КЗ

Единственный выход для розничных торговцев, которые еще не вывели бизнес в интернет-пространство — начать этот процесс с осознанием своих преимуществ перед первопроходцами, так как у них есть возможность с самого начала обеспечить интеграцию каналов, процессов и данных.

Помимо этого важно обеспечить доступность информации о наличии товара во всех каналах сбыта в режиме реального времени, чтобы любые товары можно было продавать и распределять (и пополнять их запасы) с учетом спроса, а также осуществлять поддержку торговли посредством маркетинга, охватывающего все каналы, для увеличения объемов продаж. Предложения должны быть едиными для всех каналов, то есть основываться на единой торговой марке и общей идее.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.k3btg.com

ВИДЕНИЕ БУДУЩЕГО КОМПАНИИ WHITE COMPANY

White Company, компания из Великобритании, занимающаяся розничной торговлей предметами роскоши для дома, поручила компании КЗ разработать интегрированное решение для продаж по множественным каналам, чтобы удовлетворить растущие потребности компании в точной своевременной информации от пользователей в головном офисе, в подразделениях по оформлению заказов с доставкой по почте, с сайта и из магазинов розничной торговли с использованием единой технологии для всех бизнес-направлений.

Директор по эксплуатации Ян Роджерс рассказывает: «Компания White Company успешно развивалась на протяжении нескольких лет. В качестве ключевого средства для обеспечения дальнейшего роста рассматривается использование более совершенных интегрированных ИТ-систем. Мы бы хотели получить решение, способное предоставить необходимые средства и обеспечить уровень автоматизации, которые позволят нашим сотрудникам работать более эффективно, а нам — лучше понимать изменяющиеся потребности наших клиентов и превосходить их ожидания, обеспечивая великолепное обслуживание благодаря использованию единого источника информации».

Компании была необходима единая технологическая платформа, разработанная поставщиком с обширным опытом в разработке приложений для сферы розничной торговли и способная обеспечить поддержку планов дальнейшего развития компании. В идеале компания стремилась найти партнера, который мог бы предложить стабильное, наращиваемое и расширяемое по функциональным возможностям приложение, созданное со значительными вложениями в научно-исследовательские работы и разработки. Наличие опыта и глубоких знаний в данной отрасли было одним из важных требований, предъявляемых к разработчику ПО.

Г-н Роджерс так разъясняет свое решение: «Мы выбрали компанию КЗ в качестве партнера по реализации нашего проекта, поскольку компания сумела продемонстрировать нам, что понимает наши потребности и разделяет наше видение решения проблемы. При разработке концепции креативных решений специалисты из КЗ работали в тесном сотрудничестве с нами и показали отличное знание пакета приложений Microsoft Dynamics. Компании КЗ предстоит разработать в сотрудничестве с нами интегрированное решение полного цикла, которое станет одним из важнейших средств достижения наших бизнес-целей».

Software plus services для розничного рынка

Том Кин (Tom Keane) комментирует новую инициативу Microsoft Software plus Services с точки зрения выгоды для розничного рынка

Розничный сектор, как и все другие сектора экономики, вкладывающие большие средства в ИТ-системы для повышения эксплуатационной эффективности и производительности, ожидают серьезные перемены в связи с появлением концепции «программного обеспечения как интернет-услуги» (SaaS), которая позволит сократить затраты на приобретение и обслуживание ПО. Модель SaaS предполагает такое предоставление ПО, при котором за обслуживание, повседневное управление и поддержку предоставленного клиенту программного обеспечения отвечает компания-производитель. Эта модель принципиально отличается от традиционного подхода к распространению ПО, при котором ПО покупается и устанавливается на персональных компьютерах. Этот подход известен под названием SaaS («программное обеспечение как продукт»).

Чтобы модель SaaS стала основной платформой для осуществления всех операций на предприятии розничной торговли, необходимо повсеместно обеспечить скорость работы сети Интернет, сравнимую со скоростью локальной сети LAN. Кроме того, интернет-связь предприятий розничной торговли должна быть устойчивой к сбоям, поскольку программное обеспечение в модели SaaS прекращает работу при потере связи с Интернетом. Таким образом, пройдет еще



ОБ АВТОРЕ

Том Кин (Tom Keane), президент компании NitroSell, уже более года является участником совета Microsoft S+S Partner Advisory Council, собирающегося регулярно в Редмонде для обсуждения и выработки стратегии развития продуктов S+S, проведения кампаний, конкурентного позиционирования и рыночных методов.

пять–десять лет, прежде чем скорость и надежность интернет-связи и интернет-подключений розничного продавца достигнет нужного уровня. Только тогда модель SaaS станет столь же повсеместно распространенной, как сегодня SaaS.

Представляя новую модель Software plus Services (S+S), Microsoft предлагает пользователям нечто гораздо большее, чем супермодный продукт. В отличие от SaaS, созданная компанией Microsoft модель S+S может функционировать уже сегодня. Ее отличие в том, что она включает в себя как локальное ПО, так и хостинговые услуги. S+S — это аддитивная модель, предоставляющая потребителям больше гибкости, чем модель SaaS, и более широкий выбор вариантов развертывания ПО: локальное размещение, предоставление через Интернет (в последнее время для этого способа популярно название «in the cloud») или — наиболее интересный вариант с точки зрения компании автора — использование гибридных или интегрированных решений, предоставляющих выгоды обоих подходов, сочетая хостинговые интернет-услуги и возможности, появляющиеся только при использовании в локальной сети программного обеспечения, подключенного к сети Интернет (даже если подключение непостоянное).

В качестве иллюстрации рассмотрим конкретный и вместе с тем несколько обобщенный пример — решение для розничной торговли по нескольким каналам сбыта с бесшовной интеграцией. В условиях сегодняшнего рынка, на котором господствует модель SaaS, предприятия розничной торговли, работающие с системами Microsoft, такими как Dynamics Retail Management System (RMS) для отдельных магазинов и/или сетей, используют в основе решения базы данных SQL Server, в которых хранятся сведения о продуктах, клиентах, поставщиках и другая информация, которая требуется в работе каждый день. Поскольку Dynamics RMS является платформой для независимых поставщиков ПО и одновременно готовым решением, добавление многоканальных возможностей на базе архитектуры S+S подразумевает зеркалирование и синхронизацию данных с базами данных SQL, содержащимися в географически распределенных, дублирующихся кластерах для электронной коммерции. Благодаря этому сохраненные данные могут быть доступны через Интернет и эффективно использоваться поставщиками, сотрудниками предприятия розничной

торговли и, самое главное, клиентами. В терминологии S+S программным обеспечением является Dynamics RMS, а службами — веб-магазины, платежные шлюзы, система управления счетом клиента и т. п., причем все это работает через Интернет.

Таким образом, типичное решение для розничной торговли по многим каналам, основанное на модели S+S, состоит из следующего сложного набора компонентов: установленного в локальной сети LAN n-уровневого ПО Dynamics, отказоустойчивых географически распределенных серверных интернет-кластеров высокой надежности, веб-служб с сервис-ориентированной архитектурой (SOA) и передовой технологии SQL-синхронизации, в идеале осуществляемой по протоколам SOAP (Simple Object Access Protocols) с SSL-шифрованием. Конечный пользователь, который имеет дело с легко устанавливаемой, простой в использовании бизнес-системой с широкими возможностями индивидуальной настройки, может и не видеть всей этой сложности.

С учетом того, что S+S — расширенная версия SaaS, для предприятия розничной торговли дополнительным преимуществом будет тот факт, что типичный поставщик решений S+S имеет инфраструктуру, подобную SaaS, для обеспечения доступа к услугам и ПО, техподдержки и выставления счетов. Чтобы достичь успеха на рынке, поставщик решений S+S должен предоставлять системы повышенной сложности как можно большему количеству пользователей при минимальных затратах. Такие поставщики будут внедрять и поддерживать системы для массового потребительского рынка, а для этого должны будут разработать и ввести в действие современный интернет-портал для работы с клиентами и партнерами, а также эффективную систему выставления счетов. В экосистеме эффективного взаимодействия с партнерами Microsoft этот портал предоставит партнерам Microsoft Dynamics возможности по самообслуживанию, а те, в свою очередь, смогут использовать его для предоставления услуг своим клиентам из сферы розничной торговли.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.microsoft.com/dynamics

www.nitrosell.com



ТЕХНОЛОГИЯ В ДЕЙСТВИИ

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ

Компания

Comptoirs des Cotonniers

Задача

Внедрение системы торговых терминалов, позволяющей магазинам собирать и использовать собственные данные, оставаясь на связи с головным офисом

Решение

Решение BeStore от VCS Timeless (электронные торговые терминалы)

Преимущества

- Модули, настраиваемые в соответствии с типом магазина
- Комплексная автоматическая система торговых терминалов с функциями обработки документации
- Обеспечение прозрачности данных для головного офиса

Страна/регион

Франция

Свои первые два магазина Comptoir des Cotonniers открыла во Франции в 1995 году, и с тех пор компания быстро растет. Ее расширение продолжится и в будущем: Comptoir des Cotonniers планирует открыть еще 130 магазинов по всему миру в течение ближайших нескольких лет. В связи с таким быстрым ростом компании владельцы решили модернизировать используемые ИТ-системы. Для головного офиса была выбрана система ERP от компании Microsoft: Dynamics AX, Windows Server 2003, база данных SQL Server 2005 и веб-службы .NET 2.0. Спустя несколько лет компания решила также обновить технологии, используемые в магазинах. Целью было улучшить систему связи и получить возможность обмениваться торговой информацией — данные о совершенных транзакциях, файлы новых клиентов и отчеты о товарных запасах должны были обновляться каждые десять минут.

«Существовавшая система не обеспечивала возможность для хранения данных на уровне магазина», — говорит Марк Бернар (Marc Bernhard), директор по информационным технологиям компании Comptoirs des Cotonniers. «Любой сбой интернет-связи с нашим центральным сервером в Тулузе приводил к потере всех ИТ-инструментов, необходимых для эффективного управления магазином. Важнейшие задачи приходилось осуществлять вручную. Подобного рода проблемы нарушали работу одного-двух магазинов ежедневно».

COMPTOIR DES COTONNIERS ЗАКЛЮЧАЕТ СОЮЗ С VCS TIMELESS

Французская розничная сеть модной одежды Comptoir des Cotonniers пользовалась неэффективной системой торговых терминалов (POS), которая слишком зависела от головного офиса в вопросах осуществления процессов и обработки данных, поэтому было принято решение внедрить комплексное решение от VCS Timeless

Компания Comptoir des Cotonniers оборудовала магазины электронными торговыми терминалами (EPOS) BeStore от VCS Timeless. Поставщик решения развернул систему BeStore в рекордные сроки, без необходимости выезда инженера по техобслуживанию на место установки благодаря функции управления установкой Installation Manager, встроенной в модуль GlobalStore, который позволяет автоматически посылать пакеты данных в магазины. Соответственно, специалисты, работавшие над проектом, могли определять группы магазинов и планировать отправку пакетов в конкретные точки в любое удобное время. Пакеты содержали информацию о том, какие параметры необходимо выбрать, в зависимости от типа магазина.

Система BeStore позволяет управлять платежами, отслеживать изменение цен во время продаж и состояние товарных запасов, а также обрабатывать возвраты товара, производить учет внутриорганизационных переводов, кредит-нот и подарочных купонов. Каждый сотрудник магазина имеет собственный пользовательский интерфейс с понятными кнопками для управления транзакциями и другими сервисными предложениями, такими как программы поощрения постоянных клиентов или изменение условий обслуживания. Программа предоставляет мгновенный доступ к информации о наличии товара на складе, включая данные о времени следующего поступления товара.

При подготовке к продажам новые цены рекомендуются головным офисом. Модуль GlobalStore системы BeStore автоматически распределяет эту информацию, адаптируя ее с учетом

страны местонахождения магазина или типа магазина. Таким образом обеспечивается соответствие дат, валют и языков. ПО позволяет значительно упростить административные задачи на уровне магазина, поскольку в распоряжение менеджеров поступает только нужная им информация. Это относится и к фирменным магазинам, и к предприятиям, получившим право продажи марочного товара по договору франшизы, и к магазинам, взятым в аренду в крупных универмагах.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ:

www.vcstimeless.co.uk

www.comptoirdescotonniers.com

В УСЛОВИЯХ РОСТА БИЗНЕСА И УВЕЛИЧЕНИЯ ЧИСЛА ЕЖЕДНЕВНО РЕШАЕМЫХ ВОПРОСОВ BESTORE УСПЕШНО СПРАВЛЯЕТСЯ С ПЕРИОДАМИ ИНТЕНСИВНЫХ ПРОДАЖ И ПОЗВОЛЯЕТ ЭФФЕКТИВНО ПОПОЛНЯТЬ ЗАПАСЫ ТОВАРОВ НА СКЛАДЕ В ТЕЧЕНИЕ СУТОК И РАБОЧЕЙ НЕДЕЛИ. ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СТАРОЙ СИСТЕМЫ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ТЕХ ЖЕ ЗАДАЧ ТРЕБОВАЛОСЬ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ В ДВА РАЗА БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ, И ОНА БЫЛА НЕНАДЕЖНОЙ.

Марк Бернар,
Comptoirs des Cotonniers



ТЕХНОЛОГИЯ В ДЕЙСТВИИ

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ

Компания

Dolly Dimple's

Проблема

Для улучшения работы требовалась унифицированная система контроля данных, включающая в себя разрозненные филиалы торговой марки

Решение

Продукт ProfitBase, интегрированный с Microsoft Dynamics NAV

Преимущества

- Точная, своевременная информация
- Усовершенствованный пользовательский интерфейс
- Лучшие функциональные возможности

Страна/регион

Норвегия

ФИНАНСОВЫЕ ОТЧЕТЫ О РАБОТЕ РЕСТОРАНОВ

Компания Dolly Dimple's, владеющая сетью франчайзинговых ресторанов по всей Норвегии, вела постоянную борьбу за получение достоверных контрольных данных, необходимых для улучшения текущей деятельности. Решение компании ProfitBase помогло Dolly Dimple's скоординировать свои усилия

Dolly Dimple's — одна из крупнейших в Норвегии сетей общественного питания, имеющая 84 ресторана по всей стране. Сеть была создана Андреасом Хатджуллисом (Andreas Hatjoulis) в Санднесе в 1986 году. В ней занято 1600 сотрудников, и ее оборот за 2006 год составил 80 млн. долларов США.

Последние три месяца для получения ключевых контрольных данных от своих ресторанов сеть использует решение ProfitBase. Благодаря ProfitBase администрация получила быстрый и удобный доступ к жизненно важным показателям, от которых зависит повышение качества работы ресторанов. «До внедрения ProfitBase все было абсолютно иначе!» — вспоминает генеральный директор Dolly Dimple's Арне Ларсен Окланд (Arne Larsen Okland).

Извлечение данных из старой системы отнимало много времени. Старая система была нестабильной и настраивалась сугубо индивидуально, что требовало частых и дорогостоящих визитов поставщика для ее доработки. Но самым серьезным недостатком было недоверие к ее показателям.

«Если вы не вполне доверяете показателям, то в итоге отказываетесь от системы, — говорит г-н Окланд. — Нам

также стало казаться, что наш поставщик не совсем разбирается в розничной торговле и потому не понимает наших нужд».

Решение проблемы г-н Окланд нашел в компании ProfitBase, расположенной буквально через дорогу от правления Dolly Dimple's в Санднесе. Поскольку среди клиентов ProfitBase было много сетей розничной торговли, потребности сети ресторанов были ей хорошо знакомы.

«В отличие от других поставщиков программного обеспечения, которые спросили бы у Dolly Dimple's, что именно им нужно, мы просто сказали: "Вам стоит начать вот с этого". Таким образом, они сразу же получили программу, включающую в себя алгоритм розничной торговли и несколько контрольных отчетов, а также основные показатели, которые, как мы знали из опыта, им, скорее всего, понадобятся», — объясняет Рюн Ватнамот (Rune Vatnamot), вице-президент ProfitBase по продажам.

Решение ProfitBase интегрируется с Microsoft Dynamics NAV, бухгалтерской системой Dolly Dimple's. Алгоритм розничной торговли, являющийся неотъемлемой частью продукта ProfitBase для розничной торговли, позволяет руководству без труда извлекать

необходимые отчеты и производить подробный анализ и сопоставление показателей деятельности ресторанов. Опыт компании ProfitBase в сфере розничной торговли позволил администраторам Dolly Dimple's настолько полно контролировать информацию, что это превысило все их текущие ожидания с точки зрения как количества, так и качества, и дало им возможность по-новому взглянуть на суть своего бизнеса.

Однако сбор, анализ и использование новой информации для успешного усовершенствования работы — сложная задача для такой обширной национальной сети ресторанов, как Dolly Dimple's. 84 ресторана компании включены в большую сеть, состоящую приблизительно из 40 независимых компаний, каждая из которых имеет несколько отделений. Dolly Dimple's владеет также несколькими пиццериями, большая часть которых управляется независимыми компаниями на основе франчайзинга. Несмотря на передачу права собственности, необходимо получать данные о продажах товаров, себестоимости продукции, амортизационных отчислениях, расходах на зарплату и многом другом. После чего все собранные данные нужно



отформатировать для детализации показателей и коэффициентов по часам, дням и неделям. А затем все данные должны быть сгруппированы по юридическим и организационным структурам.

Контрольные цифры хранятся в Microsoft Dynamics NAV, и в прошлом для их извлечения г-н Окланд должен был войти в программу каждой компании, а затем составить отчет, что требовало немало времени. Теперь отчеты готовы к использованию в любую минуту и создаются практически в режиме реального времени одним нажатием клавиши. Поскольку с этой задачей справляется небольшое число сотрудников правления, административные расходы значительно сократились.

«Обычно ваши возможности ограничены только смелостью вашей фантазии, но чтобы успешно делать деньги на ресторанном бизнесе, важно иметь точные финансовые отчеты», — говорит г-н Окланд. Теперь компания стремится расширить потенциал отчетности и анализа. «Мы придерживаемся взгляда "поживем — увидим", однако сегодня для нас актуален поиск путей улучшения контроля расходов на зарплату, которые составляют главную статью наших затрат. Если нам удастся лучше спланировать комплектование штатов в соответствии с потребностями ресторанов, мы сможем сэкономить значительные суммы, от чего наши потребители только выиграют», — говорит г-н Окланд.

Недавно в Dolly Dimple's побывали представители крупной английской

компании, которых решение ProfitBase поразило как с точки зрения пользовательского интерфейса, так и функциональных возможностей. «Норвегия является мировым лидером во всем, что касается деятельности сетей, и эта программа для розничной торговли не является исключением. Я убежден, что ProfitBase имеет огромный потенциал за пределами Норвегии», — отмечает г-н Окланд.

Г-н Окланд надеется, что все больше сетей, включая его конкурентов, вложат средства в ProfitBase ради усовершенствования данной системы. Он считает наиболее важным, чтобы ProfitBase продолжала улучшать свой продукт, в результате чего все только выиграют. Самый лучший способ добиться этого — обеспечить взаимовыгодное сотрудничество между предприятиями розничной торговли и ProfitBase.

«ProfitBase обладает значительными знаниями в сфере розничной торговли. Если к ним добавятся наши знания, а также знания других розничных сетей, успех конечного результата гарантирован», — подводит итог г-н Окланд. — В конце концов, главная борьба ведется там, в ресторанах, за высококачественную продукцию и отличное обслуживание, а не за административную работу правления».

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

www.dolly.no

www.profitbase.com

ОБЫЧНО ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ
ОГРАНИЧЕНЫ ТОЛЬКО СМЕЛОСТЬЮ
ВАШЕЙ ФАНТАЗИИ, НО ЧТОБЫ
УСПЕШНО ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ НА
РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ, ВАЖНО
ИМЕТЬ ТОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ
ОТЧЕТЫ

Арне Ларсен Окланд,
Dolly Dimple's

ЧТО ТАКОЕ MICROSOFT DYNAMICS NAV

Microsoft Dynamics NAV — это средство управления коммерческим предприятием для малого и среднего бизнеса, которое помогает упростить и рационализировать узкоспециализированные производственные процессы. Оно предоставляет даже самым специализированным предприятиям и организациям функциональные возможности, специфические для данной отрасли и актуальные для нужд обслуживаемого региона. Благодаря предлагаемой Microsoft Dynamics NAV быстрой перенастраиваемости, простоте настройки и удобству эксплуатации пользователи могут без труда добавлять функции, целевые приложения и средства для интерактивного ведения бизнеса.



ТЕХНОЛОГИЯ В ДЕЙСТВИИ

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ

Компания

The Woods Coffee

Задача

Более совершенная и привлекательная система приема POS-платежей с программой лояльности для поощрения постоянных клиентов

Решение

Система SpeedBean компании Accelitec

Преимущества

- Улучшение обслуживания посетителей
- Снижение операционных издержек и стоимости транзакций
- Повышение лояльности клиентов

Страна/регион

США

THE WOODS COFFEE ПРИВЛЕКАЕТ КЛИЕНТОВ POS-ТЕРМИНАЛАМИ

Дивный аромат кофе — одна из местных примет на северо-западном побережье США, где уличные кафе встречаются на каждом шагу, а предприятия розничной торговли ведут войну за каждого посетителя. Неудивительно, что семейная кофейня в ста сорока километрах к северу от Сиэтла обратилась к высоким технологиям, чтобы улучшить обслуживание клиентов и быть вне конкуренции

The Woods Coffee, сеть из шести кофеен в городе Линден, штат Вашингтон, гордится тем, что может предложить местному населению особую уютную атмосферу и изысканный кофе. После многих лет применения электронных кассовых аппаратов владелец кофеен Вес Герман (Wes Herman) решил, что более современное торговое оборудование сможет вывести обслуживание клиентов на новый уровень.

«Нам хотелось научиться производить быструю идентификацию наших покупателей, предложить им подарочные карты и услуги по предоплате и расширить бизнес за счет постоянных посетителей, — рассказывает г-н Герман. — Мы подумали, что технологии розничной торговли, такие как бесконтактные платежи и система лояльности, могли бы стать быстрым, безопасным и удобным вариантом оплаты для наших клиентов. А также хорошим поводом зайти к нам снова».

Рассмотрев несколько предложений, г-н Герман и The Woods Coffee решили, что система электронных платежей SpeedBean компании Accelitec будет лучшим средством для достижения поставленных целей. Компания Accelitec совместно с The Woods Coffee установила оборудование во всех кофейнях сети. SpeedBean — это решение для розничной торговли, которое упрощает покупки, снижает стоимость транзакций и операционные издержки. Оно повышает прибыль за счет бесконтактных платежей и способствует позитивным изменениям во всех каналах розничной торговли предприятий, особенно в отношении их собственного бренда и уровня услуг. SpeedBean предоставляет покупателям

возможность подсоединяться к системе, регистрироваться в ней и осуществлять транзакции из выбранной торговой точки с исключительным уровнем безопасности и уверенностью в надежности.

Созданный с применением современных технологий Microsoft .NET, полный комплекс SpeedBean оснащен считывателями торгового терминала — как стационарным, так и переносным, — способными распознавать тысячи выданных покупателям RFID-брелоков Woods. В состав комплекса входит также веб-узел SpeedBean, на котором и клиенты, и торговые точки могут получать отчеты и доступ к своим счетам. Оповещения и подтверждения о поступлении платежей приходят клиентам по сотовому телефону или по электронной почте, так же как и кредиты через платежную сеть, электронные денежные переводы и сведения об остатке на счете.

Кроме того, система включает в себя программу лояльности для замены прежней системы на перфокартах. Сейчас покупатели могут накапливать очки, прослеживать свои транзакции, указывать и корректировать информацию в интерактивном режиме, а также для справки получать безопасные сообщения на сотовый телефон о каждой покупке.

Выпуск персональных RFID-брелоков в самом заведении изначально считался чем-то само собой разумеющимся. Чтобы активировать и надежно защитить новый персональный брелок, баристе в Woods Coffee достаточно нескольких секунд после внесения покупателем предоплаты. После этого брелок доступен для использования покупателем неограниченное число раз.

После активации брелока управляющая программа позволяет покупателям пополнять свой лицевой счет в кофейнях либо через Интернет. Недавно была добавлена новая функция, позволяющая клиенту установить параметры автоматического пополнения счета. Например, всякий раз, когда предоплаченный баланс падает ниже установленного критического минимума, клиент может автоматически пополнить счет на определенную сумму, которая снимается с его кредитной карты или банковского счета, о чем он опять же получает уведомление по сотовому телефону и отчет по электронной почте для гарантии уверенности.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

<http://thewoodscoffee.com>

www.paypilot.com

МЫ ПОДУМАЛИ, ЧТО ТЕХНОЛОГИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, ТАКИЕ КАК БЕСКОНТАКТНЫЕ ПЛАТЕЖИ И СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ, МОГЛИ БЫ СТАТЬ БЫСТРЫМ, БЕЗОПАСНЫМ И УДОБНЫМ ВАРИАНТОМ ОПЛАТЫ ДЛЯ НАШИХ КЛИЕНТОВ. А ТАКЖЕ ХОРОШИМ ПОВОДОМ ЗАЙТИ К НАМ СНОВА

Вес Герман,
владелец кофеен The Woods Coffee

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ

Компания
Bestseller

Задача

Унифицированное, но гибкое решение для управления всеми видами деятельности в компании

Решение

Основа — система Microsoft Dynamics NAV 4.0, дополненная решением от LS Retail и настройкой от Munk IT

Преимущества

- Более совершенная бизнес-аналитика
- Интеграция всех бизнес-процессов
- Легко масштабируемое и простое в использовании решение

Страна/регион

Дания

BESTSELLER ГОТОВИТСЯ К УСПЕХУ БЛАГОДАРЯ DYNAMICS

Сеть магазинов модной одежды Bestseller, планирующая открыть 1000 новых точек в течение следующих двух лет, внедрила решение, поддерживающее непрерывное развитие бизнеса. Компания выбрала стандартизацию с помощью Microsoft Dynamics NAV и обнаружила, что может открывать новые магазины гораздо быстрее, чем раньше, и что ей удалось значительно повысить продуктивность персонала и доступность бизнес-информации

Базирующаяся в Дании компания Bestseller была основана в 1972 году и в настоящее время предлагает широкий ассортимент одежды и аксессуаров, осуществляя деятельность через 3200 собственных магазинов и через 12 000 независимых предприятий розничной торговли по всему миру.

К 2009 году Bestseller планирует открыть 1000 новых торговых точек. ИТ-специалисты компании Bestseller понимали, что при столь быстром развитии им необходимо решение для розничной торговли, способное расширяться по мере роста бизнеса. Менеджер по ИТ Петер Аусум (Peter Ausum) решил достичь этой цели без создания сложной ИТ-инфраструктуры, состоящей из отдельных торговых терминалов (POS), системы управления цепочкой поставок и систем планирования ресурсов предприятия (ERP).

«У нас очень много магазинов, которыми нужно управлять, а обслуживание торговых терминалов и системы обработки документации требует огромных затрат труда, — говорит г-н Аусум. — Мы понимали, что новая система должна быть гибкой и простой в использовании».

В то же время внедряемое решение должно было удовлетворять целому ряду внутриорганизационных требований. «С точки зрения стратегии, мы хотели добиться непрерывного потока данных между системами планирования ресурсов (ERP), торговыми терминалами и хранилищем данных, — объясняет г-н Аусум. — Для нас поток данных имеет решающее значение, он обеспечивает поддержку множества магазинов по всему миру».

Исполнительный директор Microsoft Стив Баллмер (Steve Ballmer) посетил Bestseller в апреле 2006 года, а уже в августе того же года специалисты по ИТ компании Bestseller совместно с командой Microsoft EMEA по работе с розничными продавцами трудились над созданием и адаптацией бизнес-решения, которое персонал компании мог бы использовать для отслеживания заказов, мониторинга товарных запасов и отслеживания транзакций в режиме реального времени на всех уровнях организации от торгового терминала до бухгалтерии.

Всего два месяца спустя компания Bestseller получила решение, полностью удовлетворявшее требованиям бизнеса. Компания максимально эффективно использовала прежние инвестиции в ИТ благодаря тесной интеграции между существующей технологией Microsoft и решением Microsoft Dynamics NAV. Кроме того, было внедрено комплексное решение для розничной торговли от компании LS Retail (имеющей статус Microsoft Gold Certified Partner) под названием Retail NAV, обеспечивающее поддержку торговых процессов на всех уровнях предприятия, от торгового терминала до головного офиса. В адаптации решения с учетом требований бизнеса помогла также компания Munk IT (партнер Microsoft со статусом Gold Certified Partner).

В результате внедрения бизнес-решения Microsoft Dynamics NAV 4.0 и LS Retail компания Bestseller имеет в своем распоряжении ПО, необходимое для управления процессами на всех уровнях — от магазина до головного офиса. Это легко

масштабируемое и простое в управлении решение позволяет компании Bestseller получать всю актуальную информацию о бизнес-процессах и общей эффективности работы.

Кроме того, Bestseller располагает полнофункциональной системой для поддержки торговых процессов, которые затем интегрируются в цепочку поставок с целью эффективного управления товарными запасами и системой заказов. Специалисты отдела закупок получают доступ к аналитическим данным магазинов с помощью различных технологий Microsoft, благодаря которым они могут принимать правильные решения о покупках.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ:

www.bestseller.com

www.l retail.com

МЫ ВЫБРАЛИ РЕШЕНИЕ, СОЗДАННОЕ НА БАЗЕ MICROSOFT DYNAMICS NAV, ПОТОМУ ЧТО ПОНИМАЛИ, ЧТО ДАННОЕ РЕШЕНИЕ, КАК И ПАРТНЕРСТВО С MICROSOFT, БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ РАСШИРЕНИЮ НАШЕЙ КОМПАНИИ И УКРЕПЛЕНИЮ ПОЗИЦИЙ В РОЗНИЧНОМ СЕКТОРЕ

Андерс Хольх Повлсен (Anders Holch Povlsen)
Главный исполнительный директор Bestseller



ТЕХНОЛОГИЯ В ДЕЙСТВИИ

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ

Компания
HMSHost

Задача

Внедрение быстрой и безопасной платежной системы с учетом условий работы торговых точек в аэропортах, функционирующих 24 часа 7 дней в неделю, и с учетом разнообразия валют, в которых расплачиваются клиенты

Решение

Система Servebase PC-EFT на базе технологий Microsoft и круглосуточная техническая поддержка 7 дней в неделю

Преимущества

- Процессы с более высоким уровнем безопасности
- Улучшенная интеграция процессов

Страна/регион
Ирландия

ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ В АЭРОПОРТАХ ИДЕТ НА ВЗЛЕТ

Торговые точки компании HMSHost в аэропортах функционируют в особых условиях и потому нуждаются в особом решении по управлению платежными операциями. Решить эту задачу вызвалась компания Servebase

Фирменные торговые точки по продаже еды и напитков HMSHost расположены в аэропортах всего мира; среди них Starbucks Coffee, Burger King и разработанные по индивидуальному заказу торговые зоны, такие как Sports Bar в аэропорту Корка.

Компания HMSHost нуждалась в новом решении для усовершенствования платежных систем торговых точек в аэропортах, причем это решение должно было учитывать уникальные условия розничной торговли в аэропортах. Поскольку аэропорт работает 24 часа в сутки, существует необходимость в быстрой обработке данных и высоконадежной платежной системе, которая обслуживает кредитные карты со всего мира. Компании HMSHost, кроме того, требовалась возможность конвертации валют непосредственно в месте продаж, чтобы клиент мог расплачиваться в валюте своей страны. В конце концов HMSHost остановила выбор на системе Servebase и решила испытать новую технологию в аэропортах Шеннона и Корка.

Основанный на технологиях Microsoft продукт Servebase PC-EFT, который использовался при внедрении решения, предназначен специально для обработки большого объема транзакций из множества источников. Уникальным элементом, добавленным в систему при реализации решения в аэропортах Шеннона и Корка, была функция Dynamic Currency Conversion (DCC), которая использовалась на всех устройствах chip-and-PIN (с чип-модулем и PIN-кодом) как в проводных,

так и в беспроводных средах.

При оплате счета система Servebase определяет, можно ли с этой кредитной картой использовать функцию DDC. Если использование этой функции возможно, система Servebase инициирует опцию DCC, которая появляется на дисплее устройства chip-and-PIN и выдает ассистенту, официанту или официантке подсказку, что можно предложить клиенту возможность оплаты в валюте его страны. Servebase отправляет на устройство данные о транзакции DDC, в том числе сумму в евро, действующий обменный курс для Ирландии и сумму в валюте клиента.

Технология чип-модулей и PIN-кодов также полезна при осуществлении операций с кредитными картами в качестве средства предотвращения мошенничества. Устройства chip-and-PIN, интегрированные с PCI-совместимым программным обеспечением от Serverbase, гарантируют безопасность платежей и сохранение всех данных в базах данных Microsoft SQL, что избавляет владельцев бизнеса и клиентов от лишних беспокойств.

Функция DDC оказалась в высшей степени полезным инструментом. 91% клиентов, которым была предложена функция DCC в аэропорту Шеннона, предпочли рассчитаться за покупки в валюте своей страны. Благодаря этому иностранцы точно знают, сколько они платят за покупку, а HMSHost может предложить клиентам обслуживание более высокого качества. Кроме того, клиент может обратиться в службу

технической поддержки Servebase 24 часа в сутки, 365 дней в году. Система создана с использованием новейших технологий Microsoft для обеспечения надежности и простоты обслуживания.

В добавление к этому все платежные транзакции проводятся через единый центр, что позволяет консолидировать данные по транзакциям и обеспечить более эффективную административную отчетность, чем при использовании традиционных систем DCC. В отчетах отображается приемочный уровень DDC, на их основании выявляются упущенные возможности получения дохода и определяются требования к повышению квалификации персонала с целью создания программ поощрения сотрудников.

«Эти торговые точки в Ирландии находятся в авангарде интегрированных технологий, предоставляя как заказчикам, так и персоналу простую и надежную систему карточных платежей, — заявляет Пи Джей Филипс (PJ Philips), менеджер Servebase по развитию бизнеса в Европе, Африке и на Ближнем Востоке. — Мы очень рады возможности работать с компанией HMSHost в Ирландии и надеемся в ближайшем будущем совместно с компанией HMSHost внедрить систему PC-EFT по всей Европе».

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ:

www.servebase.com

www.hmshosteuropa.com



ВЯЛО, НО... ТОЛЬКО НЕ В ИНТЕРНЕТЕ

В год, когда предполагается, что уровень продаж в отрасли розничной торговли будет расти вяло, американцы не перестанут массово приобретать в Интернете одежду, компьютеры и даже автомобили. Согласно данным The State of Retailing Online 2008, 11-го ежегодного исследования Shop.org, проведенного компанией Forrester Research среди 125 розничных торговцев, торговля через Интернет останется «светлым пятном» для отрасли розничной торговли (исключая туризм и включая продажи билетов). В этом году ожидается прирост в размере 17% до 204 млрд. долларов США. Одежда (26,6 млрд. долл.), компьютеры (23,9 млрд. долл.) и автомобили (19,3 млрд. долл.) станут крупнейшими категориями продаж.

«Торговля через Интернет не застрахована от проблем текущей экономической ситуации, начиная с роста цен на доставку и заканчивая изменениями в покупательских привычках, — говорит Скотт Сильверман (Scott Silverman), исполнительный директор компании Shop.org. — Однако тот факт, что уровень продаж через Интернет в этом году значительно возрастет, доказывает гибкость канала и приверженность покупателей ценностям и удобству, которые можно получить, совершая покупки через Интернет».

По данным экспертов в области посещаемости из компании Experian, количество посещений британских магазинов падает, и, возможно, за счет числа посещений Интернета. Показатель посещаемости в розничной торговле (RFI), рассчитанный Experian на основе сравнения с соответствующим семимесячным периодом снижения посещений прошлого года, демонстрирует продолжающийся спад количества посещений магазинов. В феврале количество посетителей розничных магазинов и торговых центров упало на 1,5% по сравнению с февралем 2007 года.

НОВЫЙ ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНСАЛТИНГ

Компания Abeam теперь предлагает консалтинговые услуги и представителям розничной торговли.

В настоящий момент компания представлена в 23 различных странах и не нуждается в использовании дочерних предприятий для обеспечения услуг. Следовательно, компания действительно глобальна, сообщил журналу RetailSpeak Алистэр Клиффорд-Джоунс (Alistair Clifford-Jones), исполнительный директор Abeam UK.

Г-н Клиффорд-Джоунс заявил, что японское наследие компании означает, что все сотрудники, вне зависимости от их уровня, должны работать с клиентами. «Мы стараемся сотрудничать во всем: в бизнесе и в работе с клиентами. Во всем мире 70% наших клиентов возвращаются к нам снова», — добавил он.

Компания Abeam работает с солидными, успешными компаниями и может передавать их опыт в другие регионы. Например, японское отделение компании отлично справляется с задачей снижения расходов, связанных с цепочками поставщиков, в Китае больше опыта работы с розничными торговцами, а в регионе EMEA хорошо знакомы с сегментацией клиентов и управлением данными. Г-н Клиффорд-Джоунс, ранее сотрудник компании Leagent, также работал в Whitbread, Threshers и Woolworths. Офис компании Abeam в Великобритании находится в Оксфорде.

Эндрю Бэррел (Andrew Burrell), старший экономист компании Experian по Великобритании, добавляет следующее: «Несмотря на уменьшение числа покупателей, официальные цифры за январь говорят о том, что объемы продаж в розничной торговле были все еще на 4,1% выше, чем в прошлом году, однако все еще довольно неплохой результат, учитывая, что все больше клиентов предпочитают другие каналы продаж обычным магазинам».

Возможности за пределами города

Verdict Research, аналитическая группа в области розничных продаж, совместно с компанией Savills, поставщиком услуг в области недвижимости, установила, что для розничных торговцев и разработчиков существуют еще значительные возможности на территориях вне городов, в особенности в странах Средиземноморья. Однако такие возможности становятся все сложнее находить. На юге основные места за пределами города буквально «расхватывают», а на севере Европы розничные торговцы и разработчики вынуждены модернизировать старые магазины и использовать максимум их потенциала.

Исследование также показало, что европейский рынок недвижимости за пределами городов все еще характеризуется наличием существенных различий, несмотря на то, что во всем ЕС представители бизнеса ведут активные переговоры о сближении. Дэниэл Лачт (Daniel Lucht), старший аналитик группы Verdict Research и автор отчета *European OOT retailing 2008 (Розничная торговля за пределами города в Европе 2008)*, дает такой комментарий: «Рост использования территорий за пределами городов будет наиболее быстрым в Италии и Испании. Оба рынка сейчас находятся на стадии развития и крайне привлекательны для розничных торговцев и разработчиков».

Отмечая недавние тенденции в области розничной торговли одеждой в отношении использования территорий за пределами городов в ЕС, мы считаем, что в будущем двигателем спроса станут розничные торговцы, которые в настоящее время отсутствуют за пределами городов — к примеру, сеть магазинов Fnac во Франции, торгующая музыкальными и видео товарами, переезжает за город», — добавляет г-н Лачт.

По данным Verdict, рост использования шестью крупнейшими супермаркетами площадей вне городской черты в течение следующих пяти лет составит 17,4% по сравнению с 19,1% в период 2002–2007 гг. Основной рост придется на юг Европы.

По словам г-на Лачта, растущее количество домовладений в Европе является ключевым двигателем спроса на товары для дома, которые составляют основу розничной торговли вне городской черты, так как большая часть предложения этой отрасли состоит из крупногабаритных, непищевых товаров. «Рост количества домовладений означает большее



ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИЗ

Новейшие рыночные исследования

количество мебели, электробытовых приборов и инструментов. Эта тенденция должна порадовать розничных торговцев, работающих вне пределов городской черты, и она распространяется на все рынки ЕС», — говорит г-н Лачт.

По мнению компании Verdict, будущее розничной торговли вне городской черты в Европе за новыми форматами развития. Во многих европейских торговых центрах специализированные магазины производителей являются относительной новинкой. По всему континенту появляются копии голландских «мебельных бульваров». Здесь собираются многие торговцы из отрасли (например, специализирующиеся на электробытовых приборах и мебели), предлагая, таким образом, необычные торговые решения.

Больше услуг, меньше ожидания

Институт розничной торговли ЕНІ опубликовал исследование *Checkout systems 2008*, основанное на подробных беседах, прошедших в течение шести месяцев до февраля 2008 года с представителями 52 компаний розничной торговли в Германии, Австрии и Швейцарии, а также ряда компаний из других европейских стран. За большее количество функциональных возможностей новых кассовых систем высказались 62% респондентов. Время обработки транзакции уже находится на достаточно высоком уровне, и 54% респондентов заявили, что ускорение процесса обработки сделки на кассе играет важную роль (по сравнению с 71% в 2006 году).

Преобладающее большинство розничных продавцов используют аппараты Wincor Nixdorf или IBM, однако более 10% превратили в кассовые аппараты обычные компьютеры. Средний возраст оборудования — 6,4 года, а 20% систем старше 10 лет. Что касается программного обеспечения для POS-терминалов, около 17% респондентов продолжают использовать собственные разработки.

В среднем программное обеспечение используют в течение 6,3 года, но 20% респондентов пользуются программным обеспечением 10 лет и более.

Несмотря на то что кассы самообслуживания считаются эффективным средством сокращения очередей у касс, так и не удалось провести масштабное развертывание такого рода систем в Германии. В настоящее время 17% опрошенных компаний (10% в 2006 году) используют кассы самообслуживания.

Треть респондентов планирует использовать такого рода системы в своих филиалах.

Институт розничной торговли ЕНІ также опубликовал англоязычную версию информационного бюллетеня Retail Factbook на 2008–2009 гг. (€48, без НДС и доставки, заказ по адресу: husseck@ehi.org). Бюллетень, который ежегодно издается в Германии на протяжении последних 40 лет, представляет собой сводку цифровых данных об отрасли розничной торговли во всем мире. Он содержит макроэкономические данные и ключевые цифры в отношении линеек продуктов и потребления, а также текущие данные и статистические показатели основных игроков на немецком и международном рынках розничной торговли.

Предлагаются также статистические данные от ряда внешних учреждений и исследовательских организаций, а также результаты исследований ЕНІ, посвященных наиболее важным темам, таким как информационные технологии, электронная торговля, предотвращение убытков и кражи в магазинах в немецкой розничной торговле.

ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ В ЕВРОПЕ

По данным независимого рыночного аналитика Datamonitor, из всех стран Западной Европы в Великобритании наибольшее количество платежных карт на взрослого человека. У среднего британца в портмоне 2,8 карты — больше, чем в любой другой стране Европы. Эта цифра выросла с 2,4 карт в 2002 году, и предполагается, что в 2011 году у британцев будет более чем три карты.

Норвегия находится в втором месте по числу платежных карт на душу взрослого населения — по 2,3 карты. В Германии — 1,6 платежной карты на взрослого, а во Франции — всего одна.

Тот факт, что у жителей Великобритании так много платежных карт, а это, в свою очередь, указывает на различные потребительские привычки в разных странах Европы, комментирует Эндрю Фабрициус (Andrew Fabricius), финансовый аналитик в компании Datamonitor. «В Великобритании потребители используют дебетовые карты для ежедневных покупок, как и другие европейцы, однако они все чаще используют кредитные карты в качестве средства получения займа, получают новые кредитные карты и переводят на них балансы счетов для того, чтобы использовать предложения, по которым не требуется выплата процентов. В большинстве других стран потребители не рассматривают кредитные карты как средство получения займа и, следовательно, они не так популярны», — говорит он.

КОЛИЧЕСТВО ПЛАТЕЖНЫХ И КРЕДИТНЫХ КАРТ У ВЗРОСЛОГО В 17 СТРАНАХ ЕВРОПЫ (2006)

Страна	кол-во карт у взрослого	из них кредитных карт
Великобритания	2.8	1.4
Норвегия	2.3	0.7
Испания	2.1	0.4
Нидерланды	2.0	0.2
Швейцария	1.9	0.1
Португалия	1.8	0.5
Бельгия	1.7	0.1
Турция	1.7	0.6
Германия	1.6	0.1
Греция	1.5	0.1
Австрия	1.3	0.1
Финляндия	1.2	0.3
Италия	1.2	0.2
Ирландия	1.2	0.7
Швеция	1.2	0.1
Дания	1.1	0.1
Франция	1.0	0.1

Источник: Datamonitor



ПИЦЦА ДЛЯ РАЗМЫШЛЕНИЙ

Компании, работающие в одной и той же отрасли, естественным образом конкурируют между собой, и розничная торговля пищевыми продуктами не является исключением. Однако руководители этих компаний могли бы многому научиться друг у друга, будь у них такая возможность. Алан Мак-Клей, исполнительный директор CIES, рассказал RetailSpeak о том, что такая возможность у них давно уже есть

Каковы основные задачи CIES?

С момента своего создания 55 лет назад, 24 июня 1953 года, и по сей день Международная ассоциация CIES (International Committee of Food Retail Chains) представляет собой платформу, которая предназначена для обмена опытом руководящего персонала отрасли и знакомства между представителями розничной торговли и поставщиками, а также для выработки общей точки зрения на проблемы отрасли пищевой промышленности.

Нам удалось создать место, где руководители предприятий торговли могут отвлечься от повседневных забот и пообщаться в непринужденной, дружеской обстановке. Всегда найдется что-то общее, чем они смогут заняться вместе — либо в качестве конкурентов, либо как торговые партнеры. Нам же необходимо максимально обеспечить условия для этого в контексте интересов отрасли пищевой промышленности и потребительских товаров.

Мы стремимся помочь нашим членам в выработке общих взглядов по определенным вопросам. Мы не занимаемся лоббированием, однако признаем, что существует ряд проблем, которые представителям отрасли необходимо обсуждать совместно, и помогаем им в этом. В настоящее время мы обращаем наибольшее внимание на следующее: безопасность пищевых продуктов и социальные стандарты.

Каким образом можно принять участие в работе ассоциации и в чем ее преимущества? В особенности для тех, кто отвечает за ИТ?

CIES предлагает своим членам международные программы, публикации и специальные услуги. Мы ведем семь программ для менеджеров, в основном — исполнительных директоров, в рамках которых подробно рассматриваются функциональные стратегии. Есть также программы развития менеджеров, интересные для будущих «птиц высокого полета», и некоторые рабочие программы, посвященные вопросам ИТ, маркетинга и цепочек поставок.

Программа CIES, посвященная ИТ-менеджменту, призвана предугадать

возможные изменения и тенденции в области ИТ для отрасли пищевой промышленности, а также определить стратегии и лучшие практические методы. Даже если наши члены не станут обучаться по этой программе, они все равно смогут получить хорошее представление о том, что происходит в отрасли, читая присылаемую нами литературу. В ней описаны все недавно обсуждаемые проблемы, последние проведенные исследования и многое другое.

Какова роль комитета по вопросам ИТ и конференции по вопросам ИТ? Каковы их основные задачи?

Конференция CIES по вопросам ИТ дает ее членам возможность обсудить текущие проблемы ИТ с коллегами со всего мира. Они могут обменяться опытом и знаниями с экспертами в своей области.

Комитет по вопросам ИТ регулярно проводит свои заседания с целью рассмотрения соответствующих проблем отрасли розничной торговли и разработки ИТ-программы CIES для ее членов. Пятнадцать ИТ-специалистов из компаний розничной торговли и производителей мирового масштаба, входящие в состав нашего комитета, разрабатывают программу конференции, определяют повестку дня, создают программы для стажировки и проводят исследования. В состав комитета входят представители международных компаний различного профиля, занятых в сфере розничной торговли и поставок. В работе участвуют представители как крупных международных компаний, так и небольших региональных.

Розничные торговцы и производители в одной ассоциации. Что это — «гремучая смесь» или отличный форум для сотрудничества?

Мне кажется, что в обстановке программ CIES «гремучести» нет и в помине, несмотря на то, что когда члены нашей организации возвращаются к своим повседневным коммерческим заботам, она наверняка дает о себе знать.

Крайне важно понять всю сложность взаимных отношений между розничными торговцами и поставщиками, а также построения связей между самими розничными торговцами и поставщиками и



между самими поставщиками и розничными торговцами. Они не только торговые партнеры, но и конкуренты. Чтобы эффективно управлять столь двойственными отношениями, нам очень важно поддерживать структуру, которая позволяет следовать каждой из этих линий или обеим одновременно.

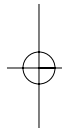
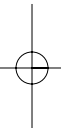
С точки зрения CIES, каковы основные сегодняшние задачи у розничных торговцев?

Ежегодно мы проводим среди наших менеджеров исследование, в рамках которого мы фактически перечисляем ряд задач и просим расположить их в соответствии с приоритетом. Последнее проведенное исследование показало, что за минувший год произошли значительные изменения. Сводные результаты для розничных торговцев, производителей и прочих поставщиков следующие: корпоративная ответственность, безопасность пищевых продуктов, здоровье потребителя и вопросы его питания, а также экономия и запросы потребителей.

Воспринимают ли компании с должной серьезностью тему охраны окружающей среды и какова роль CIES в этом вопросе?

Мы посвятили этому всю нашу программу в 2007 и половине 2008 года. Вместо того чтобы рассматривать тему охраны окружающей среды с точки зрения всей компании, мы предпочли точку зрения менеджера цепочки поставщиков, ИТ-директора и т. д.

Многие компании все еще пытаются понять практические последствия экологических изменений, но желание действовать в данной области присутствует у всех. Очень многое предстоит сделать в вопросах упаковки, переработки отходов, ограничения выбросов и энергосбережения. Когда придет время заключить соглашение о путях решения этих проблем, CIES конечно же примет в этом непосредственное участие.



Данный сборник статей подготовлен по материалам журнала Retailspeak (ЛЕТО 2008, издатель компания Tudor Rose Holdings Ltd), на основании разрешения правообладателя.
Материалы в данном сборнике представлены по состоянию на лето 2008 г.

