

rentabilizar cartera de clientes
reducir costos operativos
movilizar inventario
incrementar ventas
competir

lleve su negocio al
siguiente nivel

StoreOne

más poder en su
punto de venta

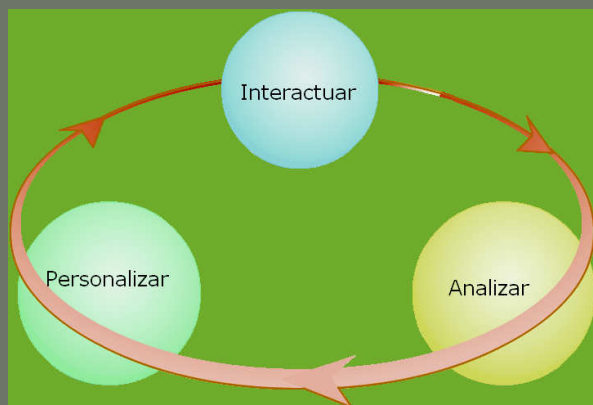


diseñado específicamente para cadenas de retail

Existen diversos productos de software que resuelven parte de la problemática detallista: punto de venta, gestión de promociones, planes de fidelidad, análisis de información, etc.

Normalmente estas funcionan como compartimentos estancos que luego, al integrarse, originan limitaciones, altos costos de mantenimiento y dificultad para obtener información en tiempo real.

StoreOne provee un conjunto de herramientas estrechamente integradas, de ciclo completo y continuo de negocios; capturando y analizando las transacciones de sus clientes, para crear estrategias comerciales personalizadas que maximizan sus ventas e incentivan la lealtad.



es necesario un
software que permita
agilidad en la toma de
decisiones estratégicas

Tiendas propias, franquicias, subsidiarias

Administra múltiples y diferentes tipos de tiendas, intercambiando datos e integrándolos para obtener información consolidada, posibilitando el manejo, control y análisis corporativo en todos sus aspectos.

Permite definir reglas de negocio (promociones, cuentas corrientes, impuestos, etc.) globales o selectivamente por tienda o región.

disminuye sus costos operativos

Fácil de aprender, fácil de operar

La facilidad de uso de su interfase gráfica e intuitiva permite la incorporación inmediata de nuevos cajeros, reduciendo sus costos en capacitación.

La totalidad de sus operaciones se ejecutan mediante el teclado, haciendo innecesario el uso del ratón.

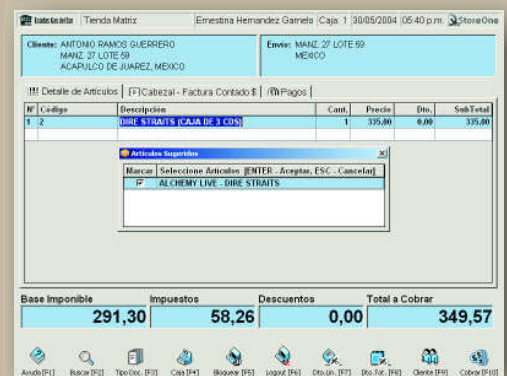
Poder, velocidad y flexibilidad

En cualquier momento, quien está registrando la venta, podrá dejar pendiente el ingreso; pasando a atender a otro cliente que está esperando y eliminando de esta forma las filas en las cajas.

Otra característica destacable es el manejo de múltiples y variados medios de pago simultáneos por documento. Adicionalmente, si maneja tarjetas de crédito, StoreOne es capaz de conectarse automáticamente con el centro operativo de la tarjeta (opcional), solicitar la autorización de la transacción y dependiendo de la respuesta aceptar o rechazar el medio de pago seleccionado.

Es posible restringir el uso de un medio de pago por familias de producto, automatizando el control y minimizando los errores del cajero.

brindar un servicio ágil y personalizado permite mejorar la experiencia de compra del cliente



Venta Sugerida en el POS

preciso

control y gestión de su inventario

Manejar su inventario requiere atención constante, especialmente en una cadena con múltiples tiendas.

Ser eficiente implica conocer en todo momento sus existencias (prometidas, disponibles, pedidas o en tránsito) en cada una de sus ubicaciones y gestionar inteligentemente las transferencias y resurtidos.

Evitar y disminuir el sobre-stock

Aquellos retailers que no cuentan con un manejo automatizado del inventario tienden a acopiar mas productos de los que necesitan. Esta cantidad puede variar entre un 20% y un 40% del total.

Luego de analizar sus ventas podrá determinar para cada producto sus niveles de stock mínimos y óptimos, diferenciando por tienda o grupo de tiendas y permitiendo que el sistema sugiera el resurtido solo si es necesario.

Asimismo, si se hubiera detectado sobre-stock y desea movilizar rápidamente el mismo, puede utilizar el módulo de promociones dirigidas para dicho cometido.



efectuar inventarios en minutos en lugar de horas le permite dedicar más tiempo a vender

Si. Tenemos ese producto en stock.

Las ventas perdidas por no poseer artículos en stock pueden reducirse manejando pedidos automáticos basados en inventarios mínimos.

Pequeños retailers pueden obtener un mínimo de 1% de aumento en las ganancias por cada porcentaje de reducción de ventas perdidas por "out of stock".



competir en un entorno que cambia a diario

Los retailers exitosos comprenden el impacto de la correcta gestión de promociones basados en el conocimiento y la predicción de las tendencias y hábitos de los consumidores.

Es necesario que las decisiones estratégicas puedan ser tomadas centralmente e implementadas indistintamente a lo largo de toda la cadena, por región o individualmente.


Promociones dirigidas

Sin necesidad de programación es posible definir potentes reglas comerciales, de tipo: “liquidación al NN % en la familia de productos X”, “pague 3 y lleve 4”, “Al comprar X obtiene un descuento sobre Y”, etc.

Luego, al facturar cualquier producto vinculado a una promoción, StoreOne evaluará las condiciones predeterminadas y aplicará automáticamente la bonificación para el cliente.

Adicionalmente permite:

- Segmentación por grupos de tiendas, categorías de cliente, temporada, día de la semana, días feriados y rango horario.
- Exigencia de entregas a cambio: cupones, etc.
- Control de concurrencia (acumulación o exclusión).



¿si definir su estrategia comercial es importante, ¿cuanto vale aplicarla en el momento justo?

rentabilizar su cartera de Clientes

Fidelización y retención

A partir de una estrategia de motivación y retención de clientes podrá premiar a sus consumidores más leales, incentivar a los que concurren con menor frecuencia y convocar nuevos, incrementando en definitiva sus ventas.

StoreOne administra integralmente un plan de fidelización, otorgándole a sus clientes puntos por sus compras y permitiendo el canje de los mismos por mercadería, descuentos especiales o cualquier otro tipo de beneficio.

Algunas características destacables son:

- Permite establecer reglas para generar cantidades diferenciales de puntos según producto, cliente, temporada, día de la semana, horarios, sucursal, etc.
- El canje de productos por puntos puede restringirse a determinados artículos o familias.
- Agrupaciones dinámicas de clientes según cantidades predeterminadas de puntos acumulados pueden luego ser usadas en promociones específicas.



conseguir un nuevo
cliente es 3 a 5 veces
más costoso que
retener uno existente

Más ventas por cliente

Configure StoreOne de forma que sugiera la compra de productos complementarios o de mayor valor al que solicita el cliente (Up-Sell, Cross-Sell).

También puede indicar que sugiera productos equivalentes cuando no posea stock de otro deseado por el cliente.

En casos de promociones por volumen de compra permite establecer recordatorios al cajero para maximizar la venta (Buy-Up).

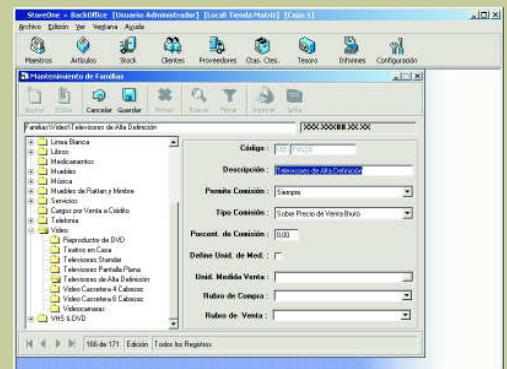
flexibilidad y mínimo costo de puesta en marcha

Cada segmento de la industria minorista tiene diferentes formas de vender y manejar su comercio. StoreOne fue diseñado desde esta perspectiva, escuchando las necesidades de empresas líderes de cada especialidad y pensando en su forma de hacer negocios.

Flexible definición de productos

- *Matriz*: agrupaciones de productos que si bien son el mismo, se diferencian por características como: talla, color, etc.
- *Kits o Combos*: pueden definirse kits físicos (que mueven stock de sus componentes al armar/desarmar los mismos) o lógicos (mueven stock de sus componentes al momento de vender).
- *Serializados*: identifican unitariamente sus existencias mediante un número de serie u otro identificador.
- *Sin Stock*: utilizado para facturar conceptos que no mueven inventario, por ejemplo: garantías, servicios, etc.

la facilidad de su parametrización y adaptabilidad de sus reglas de negocio facilitan la instalación y puesta en marcha



Categorización de Productos (Familias)

Flexible en su categorización

- *Familias*: asocia cada producto a un único Departamento, Familia, etc. La cantidad de niveles de agrupación es configurable.
- *Categorías*: son agrupaciones de pertenencia adicionales a las familias. A diferencia de las mismas, un producto puede pertenecer a más de una categoría.



Lleve su negocio al siguiente nivel

Tecnología

- Desarrollado para arquitecturas abiertas (Win32, client/server, ADO/OleDB).
- Máxima seguridad y escalabilidad gracias al uso de bases de datos cliente-servidor líderes del mercado: Oracle, SQL Server, DB2, etc.
- Sucursales autosuficientes con configuraciones de datos distribuídas, centralizadas o híbridas (replicación).
- Integración con aplicaciones DataWarehouse y ERP.

Otras funcionalidades

- Compras a Proveedores (contado, crédito y en consignación).
- Gestión de diferentes depósitos con apertura por múltiples ubicaciones físicas.
- Distribución de stock entre tiendas y centros de distribución.
- Múltiples unidades de medida por producto.
- Impuestos según región, aplicables a productos o al total del comprobante.
- Multi-moneda a nivel de inventario, comprobante y medios de pago.
- Gestión de Tesorería (gastos, bancos, tarjetas de crédito, etc.).
- Gestión de crédito en múltiples abonos con cálculo automático de moras, gestión de cobranza, etc.
- Inclusión Automática de Productos (ejemplo envases).
- Mensajes Especiales por Producto (recordatorios para el cajero).
- Identificación de cajeros y vendedores.
- Uso de dispositivos de POS (scanners, visores para el cliente, cajón de dinero, etc.).
- Seguridad personalizable mediante perfiles de acceso (Cajeros, Vendedores, Gerentes de Tienda, etc.).
- Auditoría configurable para cada operación del Punto de Venta y cada opción del BackOffice.

www.gbm.net

