

Come si gestisce un negozio

Come premessa, non vogliamo insegnare a gestire un negozio a livello commerciale, ma sicuramente offriamo la nostra esperienza, su come poter sfruttare al meglio le Vostre conoscenze ed aumentarle di efficacia, tramite l'ausilio di strumenti informatici che permettano di controllare il punto di vendita.

Cosa significa gestire un negozio

Per noi gestire un negozio significa, poter ottenere, l'esatta rendicontazione di qualsiasi prodotto venga in esse gestito. E' essenziale per permettere a qualsiasi iniziativa imprenditoriale conoscere il margine effettivo a cui si è avuto accesso vendendo un certo prodotto. Questo moltiplicato per gli n prodotti presenti determina poi l'effettivo "**guadagno**".

Perchè controllare un negozio in modo evoluto

ogni prodotto ha una sua "vita" all'interno del punto di vendita, che inizia dall'ordine al fornitore stesso. E' importante in fase di ordine conoscere esattamente la giacenza del prodotto, non solo come quantità, ma anche come cicli di vendita, scadenze, tempi di eventuale lavorazione e costi indotti (il personale che lo gestisce). Grazie a questi dati si possono ordinare prodotti "**migliori**" che generano un più alto profitto. Allo stesso tempo se ne conosce la quantità ed il livello di costo. Soprattutto nell'alimentare, un prodotto può essere acquistato a prezzi diversi in un brevissimo arco temporale. Quindi gestire correttamente l'acquisto (ed il conseguente ingresso in negozio) può determinare variazioni anche notevoli, così come il prodotto dopo breve potrebbe non essere più vendibile in quanto prossimo alla scadenza, e quindi conoscendone l'utilizzo è possibile evitare ciò. Grazie a questi accorgimenti è possibile gestire correttamente ed in forma assolutamente automatica la tracciabilità / rintracciabilità, che non è solo (come molti credono) quello che si vede acquistando un certo alimentare, ma gestire tale argomento vuol dire qualità, di qualsiasi prodotto si tratti. Gestire tale informazioni può voler dire (per fare un esempio) poter rintracciare un lotto di vernice difettoso o non corrispondente alle caratteristiche volute, non come accade ora, quando gli acquirenti contestano l'acquisto, ma immediatamente alla prima segnalazione, in modo da agire con tempestività, evitando così perdite economiche, alcune volte onerose.

Controllare un negozio in forma evoluta, vuol dire anche quantificare il lavoro degli operatori, poichè questo incide direttamente sulla marginalità, con strumenti che possono essere di supporto alle vendite. La gestione delle code incorporate nel Digital Signage, può voler dire avere a disposizione uno strumento in grado di visualizzare informazioni alla clientela (offerte speciali, promozioni, nuovi prodotti), dare uno strumento in grado di permettere alla clientela di conoscere lo stato delle code in negozio pur non essendo davanti al sistema di conta file (integrazione con sistemi di self scanning, monitor riepilogativi delle code in diversi punti del negozio), dandogli così maggiore tempo all'acquisto. Oltremodo, conoscendo l'esatto afflusso per i turni di lavoro si può facilmente calcolare il rendimento degli operatori, rendersi conto se il negozio necessita di più personale in determinate giornate e / o fasce orarie, oppure che ve ne sia in eccesso. Tutte queste informazioni danno un risultato economico tangibile.

Per concludere, la conoscenza delle informazioni riguardanti un punto vendita vuol dire conoscenza del proprio "portafoglio" disponibile.