

WYPOSAŻENIE



InsERT – dobre programy dla sklepów

Nawet najmniejsze sklepy nie mogą się obyć bez oprogramowania. Gdy je wybieramy, ważne jest, by postawić na taki system, który będzie zarówno intuicyjny w obsłudze, jak i w wymierny sposób przyczyni się do poprawy sprzedaży. Oba te warunki spełniają programy oferowane przez firmę InsERT.

Informatyka na dobre wkroczyła do naszego życia i pracy. W handlu jest bez wątpienia nieocenionym wsparciem w codziennym prowadzeniu biznesu. Na rynku nie brakuje różnego typu rozwiązań dla małych placówek. Jednym z ciekawszych jest oferowany przez firmę InsERT program Subiekt GT.

Szybki w działaniu

Program ten nie tylko „od ręki” wystawi odpowiednie dokumenty (faktury, korekty czy paragony), ale również wyśle je do nabywcy e-mailem. Gdy zajdzie taka potrzeba, błyskawicznie zmieni też ceny w całym asortymencie lub w wybranych pozycjach. Oczywiście wydrukuje też etykiety, pomoże przy inwentaryzacji czy wskaże dokładne miejsce przechowywania danego towaru. Dzięki Subiektowi GT właściciel czy kierownik sklepu nie będzie musiał przetrząsać biurka w poszukiwaniu niezapłaconych faktur. System je odnajdzie niemal za jednym kliknięciem myszki. Olbrzymim atutem programu, który pozytywnie wyróżnia go na tle konkurencji, jest fakt, że licencja pozwala na używanie systemu równoległe na 3 stanowiskach.

Niedrogi i elastyczny

Ale to niejedyna zaleta tego systemu informatycznego do zarządzania. Dla każdego handlowca ważna jest też cena. I tutaj kolejne mile zaskoczenie. Koszt Subiekta GT w standardowej wersji nie przekracza kilkuset złotych. A w dodatku system można w każdej chwili rozbudować – zarówno dokupując rozszerzenia

stanowiskowe, jak i funkcjonalne. Zależnie od tego, czy firma zatrudnia nowych ludzi, czy też bardziej potrzebuje nowych rozwiązań ułatwiających pracę. W obu przypadkach koszt tych rozszerzeń nie przekracza ceny podstawowej wersji programu.

Łatwy w obsłudze

Wdrożenie systemu komputerowego to nawet dla małego sklepu olbrzymie korzyści w krótkim czasie. Właściciel czy pracownicy placówki mają natychmiastowy dostęp do historii zakupów czy płatności klienta, co pozwala na różnego typu analizy sprzedaży i stanów magazynowych. Poza tym mogą prowadzić rozbudowaną politykę rabatową czy uczestniczyć w programach partnerskich.

Subiekt jest intuicyjny w obsłudze. Jeśli jednak mimo to nastęrczałby komuś początkowo trudności, producent gwarantuje, że każdy nowy zarejestrowany użytkownik jest objęty 3-miesięczną darmową opieką posprzedażną. W jej skład wchodzi aktualizacje systemu oraz dostęp do specjalistycznej pomocy technicznej. Te trzy miesiące to wystarczający czas, by poznać system na wylot i zacząć sobie z nim radzić bez żadnej pomocy z zewnątrz.

Dla większych sklepów

Ale co robić, gdy biznes idzie tak dobrze, że mały sklep przeobraża się w większy? Generalnie nie ma z tym problemu. InsERT jest przygotowany na taki scenariusz i oferuje program Subiekt Sprint. Ten system szybkiej sprzedaży współpracuje z Subiektem GT, z którym wymienia informacje m.in.

o cenach, towarach i kontrahentach. Sprawdza się właśnie w sklepach posiadających wiele stanowisk obsługi klienta.

Jeśli jednak firma rozrasta się tak, że otwiera nowe oddziały i filie, wskazane jest już wdrożenie bardziej zaawansowanego systemu ERP. W ofercie firmy InsERT platformą, która integruje wiele procesów i ułatwia efektywne zarządzanie w firmach handlowych, jest Navireo.

KRZYSZTOF WOJCIECHOWSKI

Skuteczne antidotum na kryzys

Tomasz Sokołowski, dyrektor marketingu i sprzedaży w firmie InsERT:

– Handel detaliczny wymaga dużego zaangażowania w szybką i sprawną obsługę oraz budowanie bliskich relacji z klientami. Dziś już nie wystarczy standardowy system wspierający handel i magazyn – klienta trzeba obsłużyć w ście sprinterskim tempie. Temu służyć ma wprowadzenie w sklepach systemów tzw. szybkiej sprzedaży, najczęściej z wykorzystaniem urządzeń dotykowych. Z drugiej strony nawet w niewielkich punktach handlowych warto wprowadzić system CRM, by lepiej zarządzać promocjami czy realizować e-mailowe kampanie informacyjne. Czas kryzysu można przejść bez zawirowań, o ile postawi się na aktywny kontakt z klientem.