

ПРОЕКТ ПО ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ЦЕННИКОВ В СЕТИ СУПЕРМАРКЕТОВ

В сети продуктовых супермаркетов (Москва и Нижний Новгород) внедрена система электронных ценников. Решение позволяет сократить расходы на печатные материалы, ускорить замену ценников, а также способствует росту продаж и повышению лояльности покупателей

ЗАДАЧИ

Проблема: в сети продуктовых супермаркетов использовали бумажные цветные ценники. Сотрудники вручную печатали, вырезали и крепили их на полках. Процесс занимал значительное время, особенно в пики краткосрочных скидочных акций

Недостатки:

- Медленная реакция на изменение цен.
- Большой расход бумаги и тонера.
- Ошибки персонала при смене ценников.
- Потеря клиентов и конфликты на кассе из-за неверной цены.

Что предстояло решить

1. Ускорить процесс переоценки товара на полках супермаркетов
2. Снизить финансовые затраты на печатные расходные материалы
3. Упростить работу персонала по смене ценников, исключить ошибки
4. Повысить лояльность покупателей

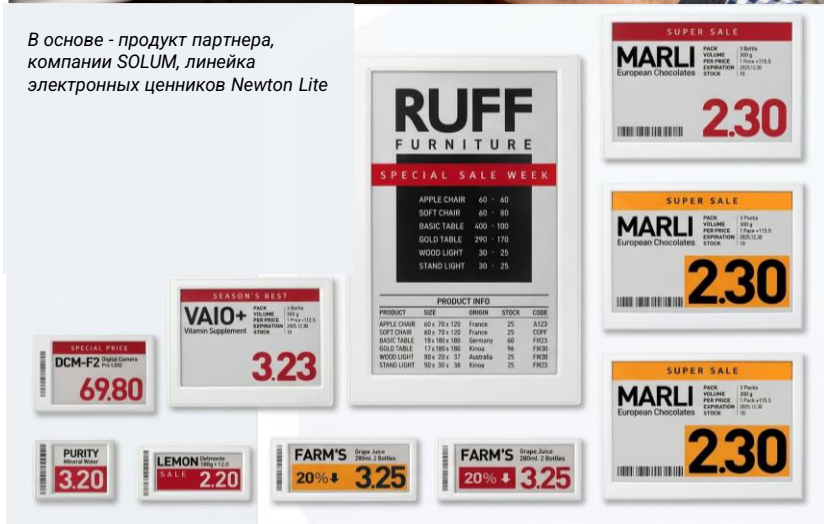


РЕШЕНИЕ

Предложили заказчику цифровое решение задачи – систему электронных ценников (ESL).



В основе - продукт партнера, компании SOLUM, линейка электронных ценников Newton Lite



ПРОЕКТ ПО ВНЕДРЕНИЮ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ЦЕННИКОВ В СЕТИ СУПЕРМАРКЕТОВ

Преимущества решения ESL

- Не требуют печати (нет расхода на бумагу и тонер)
- Поддерживают актуальную информацию в режиме он-лайн
- Автоматически обновляются (по Wi-Fi) за несколько минут
- Легко управляются с различных устройств
- Централизованное обновление цен на широком ассортименте - в одном магазине или во всех сразу
- Управление через ПО на ПК или смартфоне: простой web-интерфейс, доступный любому сотруднику.

ИТОГИ

1. Установлено 4 000 ценников (разных форматов). Решение масштабируется до 50 000 через Wi-Fi
2. Ускоряют смену цен: 3 000 ценников обновляются за 4 минуты (один передатчик)
3. Экономят: без бумаги и расходников
4. Снижают трудозатраты: упрощают переоценку, экономят время персонала
5. **Эстетика:** выглядят лучше бумажных, есть цвета (чёрный/белый/красный, комбинации)
6. **Гибкие сценарии:** «пиковый час», временные цены, оперативная смена на скоропортящиеся товары
7. **Лояльность покупателей:** неактуальные цены исключены, спорных ситуаций на кассе нет

Руководитель проекта – Дмитрий Калинин

Подробнее о проекте на нашем сайте: ➔

