

Hoe selecteert u een POS- en ERP systeem voor uw supermarktketen: 7 factoren waarop u moet letten





Wanneer het tijd is om hun enterprise resource planning (ERP) en point of sale (POS) systemen bij te werken, zijn veel retailers voorzichtig. Het herzien van uw IT is een grote stap, en een **ERP- en POS-implementatie heeft gevolgen voor elk aspect van het bedrijf**. Als u het verkeerd aanpakt, kunt u terechtkomen in een kostbare en tijdrovende oefening, met een systeem dat niet alle functionaliteiten omvat die u nodig heeft. **Maar als u het goed aanpakt, hebt u een stevige ruggengraat voor uw bedrijfsactiviteiten die u zal ondersteunen terwijl u groeit en uw bedrijf diversifieert.**

Naarmate de technologie de retailervaring van de consument blijft veranderen, moeten retailers bij het zoeken naar een nieuw ERP- en POS-systeem voor hun winkelketens **verder denken dan de oude, beperkte definitie van "retailtechnologie"**. Er zijn duizenden kassasystemen op de markt, en met al die systemen kunt u de basis doen: artikelen toevoegen, beschrijvingen importeren, promoties maken, verkopen en eindedagrapporten opvragen. Maar **de basis is niet meer voldoende**. De ideale softwareoplossing zal u helpen bij het leveren van een geweldige klantenervaring, het optimaliseren van uw productselectie, het gemakkelijk toevoegen van nieuwe diensten, en het alert blijven op veranderingen.

Wij hebben zeven belangrijke criteria vastgesteld waarmee u rekening moet houden bij het evalueren van de opties op de markt, en om u te helpen het juiste POS- en ERP systeem te selecteren voor de huidige en toekomstige behoeften van uw bedrijf.

1. Ondersteunt het naadloze winkelervaringen?
2. Kunt u personalisatie aanbieden?
3. Hoe sterk zijn de mogelijkheden voor voorraadbeheer?
4. Helpt het u bij het managen van uw werknemers?
5. Levert het sterke business intelligence en geavanceerde analyses?
6. Ondersteunt het de veranderende bedrijfsbehoeften?
7. Gaat u in zee met een betrouwbare leverancier?

1. Ondersteunt het naadloze winkelervaringen?

Met veel softwareoplossingen kunt u de klant oppervlakkig een uniforme ervaring bieden. Maar om effectieve en boeiende klantervaringen in alle kanalen te creëren, heeft u technologie nodig die u een duidelijk beeld geeft van uw gegevens, totale controle en realtime informatie over producten, verkoop en klanten voor al uw online en fysieke winkels. Als uw gegevens in afzonderlijke databases zitten, en uw kanalen niet met elkaar communiceren, zult u vroeg of laat merken dat u uw klanten niet optimaal kunt bedienen.





Waar u naar moet zoeken:

- Een systeem waarbij **POS, eCommerce en ERP in realtime communiceren**, zodat u altijd over actuele informatie bezit.
- **Inventaristransparantie** voor klanten, zodat zij op de website kunnen zien of bepaalde artikelen beschikbaar zijn voordat zij bestellen of naar de winkel gaan.
- Duidelijk zicht op de **voorraadniveaus voor alle artikelen op elke POS**, en de mogelijkheid voor medewerkers om artikelen speciaal te bestellen voor klanten vanuit andere winkellocaties of vanuit het magazijn.
- **Uniforme winkelwagen**, zodat klanten kunnen blijven winkelen en artikelen toevoegen aan hun winkelwagen vanaf verschillende apparaten.
- Diverse **aankoop- en uitvoeringsmogelijkheden**, waaronder
 - **click & collect** (ook bekend als BOPIS; online kopen, afhalen in de winkel)
 - Levering **aan huis**
 - locker en **ophaaldienst**
 - online kopen en **retourneren** in de winkel, of rechtstreeks aan de bezorger

Vragen om te stellen:

- Als een klant online levensmiddelen bestelt, heeft de plaatselijke winkel waar de bestelling wordt geleverd dan alle door hem gekozen artikelen in voorraad?
- Wanneer een klant met een click & collect bestelling in uw winkel verschijnt, kunnen de artikelen dan ter plaatse worden meegenomen?
- Hoe gemakkelijk is het om in de winkel terug te brengen wat online of in een andere winkel werd gekocht?

2. Kunt u personalisatie aanbieden?

Klantenverwachten te worden behandeld als individuen en willen als zodanig worden herkend. Wanneer personalisatie goed wordt uitgevoerd, kan het aanzienlijke voordelen opleveren voor uw bedrijf. Uit een rapport van Boston Consulting Group blijkt dat wanneer de winkelervaring zeer gepersonaliseerd was, klanten **110% meer geneigd waren om extra artikelen aan hun mandje toe te voegen** en **40% meer geneigd waren om meer uit te geven dan ze hadden gepland**.

Om een volledig beeld van elke klant te krijgen, moet u ze kunnen identificeren, of ze nu online, op de app of in persoon winkelen, en alle datapunten met elkaar verbinden zodat ze één beeld vormen. Hierbij worden meerdere gegevensbronnen samengebracht in één database, om **een eenduidig beeld te krijgen van consumenten over transacties en kanalen heen, gekoppeld aan uw loyaliteitsprogramma (als u dat aanbiedt)**.





Waar u naar moet zoeken:

- **Loyaliteitsprogramma's** die u kunt ontwerpen op basis van uw behoeften en voorkeuren (en die van uw klanten) en waarmee shoppers punten en vouchers kunnen verzamelen en uitgeven via verschillende winkelkanalen.
- Mogelijkheid om **loyaliteitsprogramma's** te koppelen aan transactiegegevens, zodat u klanten relevante besparingen kunt tonen, evenals gepersonaliseerde coupons en andere aanbiedingen, zoals bonuspunten op bepaalde artikelen.
- Een **uniforme database** voor alle winkelkanalen, zodat u gemakkelijk alle voorkeuren, loyaliteitsinformatie en verkoopgegevens van de klant kunt koppelen, of ze nu in de winkel winkelen, via sociale media, via de app, of via de webshop.
- Geavanceerde functionaliteit voor **gegevensanalyse**, om trends in de gewoonten van uw klanten te herkennen en relevantere aanbiedingen en aanbevelingen te doen.
- Mogelijkheid om uw klanten te bereiken met **gepersonaliseerde berichten** die relevant zijn voor hun gewoonten en voorkeuren.

Vragen om te stellen:

- Hoe gemakkelijk is het om klanten gepersonaliseerde aanbiedingen te sturen op basis van wat ze gewoonlijk kopen of op welke dag en welk uur ze winkelen?
- Kan ik gepersonaliseerde maaltijdaanbevelingen en receptideeën aanbieden op basis van eerdere aankopen?
- Kan ik gemakkelijk speciale aanbiedingen sturen, zoals een kortingscode of gratis thuisbezorging, om voormalige klanten te verleiden terug te keren?

3. Hoe sterk zijn de mogelijkheden voor voorraadbeheer?

Levensmiddelen- en supermarktketens hebben behoefte aan krachtige inventarisatiemogelijkheden en een duidelijk, realtime zicht op de voorraad om te kunnen voldoen aan de snel veranderende vraag van de consument en tegelijkertijd hun schappen gevuld te houden met producten met een verschillende houdbaarheid. Om de juiste voorraad bij de hand te hebben en **verspilling te minimaliseren**, moet u ook kunnen begrijpen wat consumenten nu kopen en **ook kunnen voorzien wat zij in de toekomst willen**. Met duizenden SKU's en zeer veel bederfelijke goederen hebt u krachtige **intelligente analyse- en prognosetools** nodig, die gegevens ondervragen om trends en patronen te identificeren, om u te helpen bepalen welke producten u moet bestellen en hoe u ze moet distribueren. Tot een paarjaargeleden werd businessanalytics beschouwd als een dure extra, die alleen grote bedrijven zich konden veroorloven, maar dat is nu niet meer het geval. En omdat de sector blijft navigeren door verstoringen van de toeleveringsketen, zal het voor retailers van cruciaal belang zijn om te beschikken over software die helpt trends te herkennen, de vraag te voorspellen en snel bij te sturen.





Waar u naar moet zoeken:

- Een gecentraliseerde database waarmee uw medewerkers in **realtime de voorraadstatus kunnen zien** en kunnen volgen wat beschikbaar is, wat onderweg is en wat al dan niet besteld is.
- **Een gecentraliseerd overzicht** van de verkoop, waarmee u kunt volgen hoe producten in winkels en online verkopen, zien waar er voorraadtekorten zijn en producten zo nodig bijbestellen.
- Het vermogen om een grote en zeer gevarieerde mix van producten met verschillende levenscycli en uiterste verkoopdata te beheren.
- Hulpmiddelen die speciaal zijn ontworpen om **verspilling in supermarkten tegen te gaan**, zoals het automatisch bijhouden van vervaldata en het afprijzen van producten die bijna verlopen zijn.
- Zicht op uw hele winkelketen en hulpmiddelen om de **voorraad over de winkels te verdelen** op basis van welke locaties een tekort aan bepaalde artikelen hebben en welke een overschot.
- **Geautomatiseerde aanvulling** voor specifieke artikelen om mogelijke uitputting van de voorraad te voorkomen en de inspanningen en kosten voor aanvulling te minimaliseren.
- Tools om de schapruimte te maximaliseren en de **beste productmix** per locatie en tijdsperiode te **bepalen**.
- Het vermogen om de **exacte te bestellen hoeveelheden** voor winkels en magazijnen te **voorspellen**, rekening houdend met meerdere trends in de verkoopgeschiedenis, waaronder seizoensgebondenheid, feestdagen en jaarlijkse evenementen.
- Mogelijkheid om **verschillende soorten aanvullingsregels** in te stellen voor verschillende soorten artikelen, bijvoorbeeld voor snellopende, eenmalige en langzaamlopende producten.

Vragen om te stellen:

- Kan ik systeemwaarschuwingen instellen als sommige artikelen te snel of niet snel genoeg worden verkocht?
- Kan ik automatische kortingen aanbieden bij de kassa voor artikelen die binnen twee dagen vervallen?
- Kan ik de inventaris van al mijn winkels en kanalen in één software bekijken en beheren?

4. Helpt het u bij het managen van uw werknemers?

Het gemiddelde personeelsverloop in de retail blijft hoog in vergelijking met andere sectoren, rond de 60% volgens de National Retail Federation. Het is een probleem dat leidt tot eindeloze cycli van zoeken, aannemen, inwerken en opleiden, waardoor het winkelmanagement tijd en middelen verliest en uw bedrijf op kosten wordt gejaagd.

Een modern POS systeem kan de mogelijkheden bieden om **werknemersroosters te plannen en de kosten en prestaties van werknemers bij te houden**. Het kan u ook de inzichten verschaffen die u nodig heeft om uw gebruik van werknemers te optimaliseren, uw personeelsverloop te helpen verminderen en u helpen de best presterende mensen te belonen. Deze erkenning kan echt lonen. Uit een onderzoek van SurveyMonkey bleek dat 63% van de werknemers die op het werk worden erkend, waarschijnlijk geen nieuwe baan zullen zoeken.





Waar u naar moet zoeken:

- Mogelijkheid om **diensten te plannen, personeelskosten te schatten en schattingen te vergelijken met uw budget**, zodat u ervoor kunt zorgen dat uw bedrijf altijd winstgevend werkt.
- Automatiseringen die u helpen **beslissen hoeveel werknemers u moet inplannen**, rekening houdend met drukke en rustige periodes waarin u meer of minder personeel nodig heeft.
- **Geautomatiseerd bijhouden** van gewerkte uren en personeelscommissies, indien van toepassing.
- **Toestemmingsinstellingen in de POS**. Door alleen specifieke rollen toe te staan acties uit te voeren zoals retourzendingen of speciale kortingen kunt u het risico van frauduleuze activiteiten verminderen.
- **Verliespreventiemodules** die waarschuwen voor verdachte activiteiten aan de POS.
- **Communicatiemiddelen** om de uitwisseling van informatie tussen werknemers te vereenvoudigen, bijvoorbeeld om aanvragen voor vrije dagen of dienstwisselingen te versnellen.

Vragen om te stellen:

- Hoe gemakkelijk kunnen werknemers in- en uitloggen?
- Kan ik geplande diensten gemakkelijk delen met werknemers?
- Helpt het systeem mijn winkelmanagers om de personeelskosten bij te houden en binnen het budget te blijven?

5. Levert het sterke business intelligence en geavanceerde analyses?

Vakantie, terug naar school, zomerse hittegolven, bepaalde periodes in het jaar hebben een enorme invloed op de verkoopresultaten binnen de retail. De vraag is, bent u er goed op voorbereid? Zonder de tools om uw verkoopgegevens te analyseren en **nauwkeurige prognoses** te maken, zou u wel eens grote kansen kunnen missen, vooral tijdens drukke handelsperiodes.

In de retail **lopen de supermarktketens voorop** wat betreft de toepassing van gegevensanalyse. In zijn artikel "Grocers can fuel growth with advanced analytics" bevestigt McKinsey dat veel retailers niet langer experimenteren met geavanceerde analytics, maar **volledig investeren in het benutten van de waarde ervan**, met name voor **prijstelling, massapromotie en assortimentsoptimalisatie**.

Hoewel deze intelligente mogelijkheden aan uw retailmanagementsysteem kunnen worden toegevoegd, loont het om ze in het **systeem te laten inbouwen**, in plaats van als een afzonderlijke softwareoplossing die u moet onderhouden, betalen en up-to-date houden.





Waar u naar moet zoeken:

- **Data visualisatie en dashboards**, zodat u in één oogopslag kunt zien welke producten en locaties inkomsten genereren en waar u moet ingrijpen.
- De mogelijkheid om gegevens op te splitsen en gepersonaliseerde weergaven en rapporten te maken **zonder dat u een gegevensanalist nodig heeft. Realtime inzichten en rapporten die toegankelijk zijn voor uw medewerkers wanneer ze de informatie nodig hebben, waar ze ook zijn.** Mogelijkheid om **de productiviteit te volgen en te vergelijken** per periode, werknemer, winkel en gebied. Inzichten die u helpen uw **prijzen aan te passen** voor specifieke artikelen en artikelgroepen, zodat u uw omzet en marges kunt vergroten.
- Hulpmiddelen op basis van **kunstmatige intelligentie** om patronen en trends te vinden die u zelf niet zou hebben opgemerkt. **Voorspellende analyses** die gebruikmaken van meerdere interne (zoals eerdere verkopen) en **externe factoren** (zoals feestdagen, het weer of evenementen) om u te helpen de vraag te voorspellen en de inkoop te plannen.

Vragen om te stellen:

- Kan ik aangepaste rapporten en dashboards maken voor verschillende functies?
- Kan ik meerdere locaties in één dashboard volgen en problemen snel opsporen?
- Kan ik waarschuwingen instellen voor specifieke gebeurtenissen - bijvoorbeeld als een promotie op bepaalde locaties niet aanslaat?

6. Ondersteunt het de veranderende bedrijfsbehoeften?

Elke retailer heeft toekomstbestendige technologie nodig die hem ondersteunt bij **de groei van zijn onderneming, de diversificatie van zijn aanbod en de aanpassing aan nieuwe bedrijfsbehoeften.**

Hoewel u misschien al plannen heeft om **nieuwe vestigingen te openen**, kunt u niet altijd precies voorspellen hoe snel u zult groeien. En zelfs als u nog niet van plan bent om naar **andere landen uit te breiden**, kan dat moment nog komen. Dan zult u blij zijn dat u een softwareoplossing ter beschikking heeft waarmee u gemakkelijk nieuwe winkels kunt openen, misschien in landen met andere voorschriften, valuta of talen.

Op dezelfde manier biedt u misschien nog geen diensten aan buiten uw kernaanbod, maar in de toekomst kunt u besluiten een café of restaurant in de winkel te exploiteren, persoonlijk of online kookcursussen aan te bieden, of zelfs adviesdiensten op het gebied van persoonlijke financiën toe te voegen. Verschillende retailers en supermarktmerken hebben hun merk al gediïversifieerd met **aanvullende diensten**, en de voordelen daarvan gezien. Studies hebben aangetoond dat winkeliers die investeren om het winkelend publiek in de winkel te laten blijven, bijvoorbeeld door een foodserviceruimte of speciale evenementen, een **omzetstijging van 20% tot 40%** zien.

Hoewel u extra softwareoplossingen kunt toevoegen om uw voedselproductie, tafelservice, evenementen, boekingen enzovoort te beheren, is dat niet de beste oplossing. Als u al niet-retaildiensten draait, of van plan bent dat te gaan doen, loont het de moeite om een ERP- en kassasysteem te vinden dat verschillende branchevereisten **out of the box kan ondersteunen.**





Waar u naar moet zoeken:

- Een **schaalbare softwareoplossing**, waarmee u gemakkelijk nieuwe winkels kunt openen.
- Een **internationale software**, die verschillende voorschriften en eisen kan ondersteunen, en beschikbaar is in **meerdere talen en valuta**.
- Branchespecifieke functionaliteit buiten de levensmiddelen. Als u van plan bent een café of delicatessenzaak te openen, moet u gemakkelijk de nodige functies kunnen toevoegen, zoals menubeheer, voedselplanning en het bijhouden van ingrediënten.
- Mogelijkheid om **diensten en ervaringen aan te bieden**. Controleer of u gemakkelijk ticketing (als u cursussen wilt aanbieden), reserveringen (bijvoorbeeld om persoonlijke adviesdiensten te boeken) en verhuur (bijvoorbeeld om ruimte of voorwerpen te verhuren) kunt toevoegen.
- Mogelijkheid om **alle klant- en bedrijfsgegevens van evenementen, diensten en verkopen van retail en foodservice binnen één platform te beheren**. U moet in één keer een compleet overzicht van al uw activiteiten kunnen krijgen: loyaliteit volgen, promoties plannen en inzicht krijgen in consumptiepatronen in alle bedrijfsonderdelen.

Vragen om te stellen:

- Welke andere talen en valuta ondersteunt het systeem?
- In hoeveel landen wordt de software vandaag gebruikt?
- Welke extra industriefunctionaliteit is out of the box beschikbaar?
- Kan ik verschillende inkomstenstromen, bijvoorbeeld uit winkelverkoop en tickets voor evenementen, in hetzelfde overzicht volgen?

7. Gaat u in zee met een betrouwbare leverancier?

Dit is een beslissing die u niet overhaast wilt nemen. Het loont de moeite om **de tijd te nemen om het selectieproces van de leverancier en de technologie goed uit te voeren**. De meeste leveranciers zullen u vertellen dat zij aan al uw bedrijfsbehoeften kunnen voldoen, maar het is de moeite waard om dit na te gaan. Bepaal duidelijk welke functionaliteit uw bedrijf nodig heeft en leg nauwkeurig vast wat er nodig is om die kritieke bedrijfsfuncties te leveren in termen van kosten, tijd, complexiteit en opleiding.





Waar u naar moet zoeken:

- **Reputatie en geschiedenis.** Kies een betrouwbare partner - iemand die goed aangeschreven staat in de sector, en die niet plotseling zal verdwijnen.
- **Een solide basis.** Waarop is hun technologiestapel gebouwd? Uw ERP vormt het hart van uw bedrijf, u wilt technologie die bekend en betrouwbaar is.
- Naleving van **erkende normen en kwaliteitskaders.** Dit toont aan dat zij zich houden aan de beste praktijken in de sector en de nodige stappen ondernemen om diensten van de hoogste kwaliteit te leveren.
- **Sterke industriespecifieke expertise.** Kijk naar hun klantcases, en zorg ervoor dat ze ondersteund worden door een ervaren team dat de uitdagingen en vereisten van uw bedrijf echt begrijpt.
- **Capaciteit.** Beschikt de leverancier over de capaciteiten en het partnernetwerk die nodig zijn om aan uw lokale en internationale bedrijfsvereisten te voldoen?
- **Een duidelijke productvisie.** Controleer welke nieuwe functionaliteit ze van plan zijn toe te voegen aan het product en hoe ze zullen blijven innoveren om uw bedrijf op de hoogte te houden van de laatste technologische ontwikkelingen.

Vragen om te stellen:

- Welke ondersteunende diensten bieden jullie aan?
- Wat is het vijfjarenplan voor deze software?
- Kan ik spreken met een van uw klanten?

Een succesvolle beslissing nemen voor de toekomst

Door een POS- en ERP systeem te kiezen dat uw huidige en toekomstige behoeften ondersteunt, kunt u veerkracht en flexibiliteit in uw retailbedrijf inbouwen.

Tegelijkertijd zal de softwareoplossing die u kiest een aanzienlijke invloed hebben op uw bedrijf voor de komende 5 à 10 jaar, dit is dus geen beslissing die lichtvaardig moet worden genomen.

Terwijl u verschillende opties evalueert en de vakjes aanvinkt, moet u de zeven factoren die in dit document worden beschreven in gedachten houden. Gebruik de lijst met factoren waarop u moet letten als leidraad bij het selecteren van een softwaresysteem voor de retail dat uw bedrijfsresultaten verbetert, het bedrijf dat u bent ondersteunt en u helpt het bedrijf te worden dat u wilt zijn.

Uiteindelijk moet de ideale retailoplossing u helpen om

- Doorbreek de silo's tussen uw bedrijfsprocessen, afdelingen en kanalen
- Al uw bedrijfsactiviteiten verbinden en consolideren
- Alle gegevens organiseren, analyseren en omzetten in zinvolle inzichten
- Zorg voor een naadloze winkelervaring waarmee klanten hun winkelervaring kunnen starten, stoppen, voortzetten en voltooien via de kanalen van hun keuze.

Aangezien de sector zich blijft ontwikkelen en klanten meer snelheid en gemak eisen, loont het om een modern retailplatform te hebben als kloppend hart van uw bedrijf, dat u bij elke stap ondersteunt



Kies voor de juiste partner

Bent u verdwaald in een jungle van retail-oplossingen die allemaal beweren alles te doen wat u nodig heeft?

Laat u begeleiden door partner met kennis van zaken en jarenlange ervaring.

Als experts in retailsoftware voor retailers in verschillende branches, helpen we u graag te begrijpen wat u écht nodig heeft, en zoeken we graag de gepaste oplossing voor uw uitdagingen.

Neem contact op





TCOG

Glorious technology

TCOG is softwareleverancier en Trusted Microsoft ERP partner met een sterke focus op de fashion, retail, hospitality en industry branche. Door bewezen softwareoplossingen hebben wij een mooi klantenportfolio kunnen uitbouwen in de BeNeLux. Met hoofdkantoren in Turnhout (België) en IJsselstein (Nederland), bestaat TCOG uit een team van gemotiveerde professionals met een passie voor automatisering. De oplossingen van TCOG maken complexe bedrijfsprocessen beheersbaar. Dankzij onze kennis van zaken en no-nonsense aanpak, maken wij de juiste analyse en kunnen wij onze klant de meest geschikte oplossing aanbevelen. Goede communicatie staat hierbij centraal.

www.tcog.be - www.tcog.nl



LS Retail is a world-leading provider of unified commerce software as a service (SaaS) solutions for retail, hospitality and forecourt businesses of all sizes.

Our software solutions power tens of thousands of stores and restaurants worldwide, within such diverse industries as fashion, electronics, furniture, duty free, restaurants, coffee shops, forecourt, c-stores and more.

LS Retail products and solutions are sold through a global network of partners.

LS Retail is an Aptos company and plays a key role in their suite of unified software solutions.

www.LSRetail.com