

Hoe u een POS en ERP systeem moet selecteren voor uw luxe winkelketen

7 factoren om op te letten





Wanneer het tijd is voor retailers om hun enterprise resource planning (ERP) en point of sale (POS) systemen te updaten, zijn velen voorzichtig. Het vernieuwen van uw IT is een grote stap en **een ERP- en POS-implementatie heeft invloed op elk aspect van uw bedrijf**. Als u het verkeerd aanpakt, kan u verzeild raken in een kostbare en tijdrovende oefening en vast komen te zitten met een systeem dat niet alle functionaliteit biedt die u nodig hebt. **Pakt u het goed aan, dan hebt u een solide basis voor uw activiteiten, die u zal ondersteunen bij de groei en diversificatie van uw bedrijf en u uiteindelijk zal helpen om te groeien.**

Omdat technologie de retailervaring van consumenten blijft veranderen, moeten luxe retailers nu **verder denken dan de oude, beperkte definitie van "retailtechnologie"** wanneer ze op zoek zijn naar een nieuw POS- en ERP systeem. Er zijn duizenden kassasystemen op de markt die u een goede basis bieden - artikelen toevoegen, beschrijvingen importeren, promoties maken, verkopen en eindedagrapporten opvragen, maar **de basis is niet meer genoeg**. De ideale softwareoplossing helpt u om een geweldige klantervaring te leveren, uw productselectie te optimaliseren, gemakkelijk nieuwe diensten toe te voegen en flexibel te blijven.

We hebben **zeven belangrijke criteria geïdentificeerd waarmee u rekening moet houden bij het evalueren van de opties op de markt**, zodat u het juiste POS- en ERP systeem kunt kiezen 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 analytics?**
6. **Ondersteunt het veranderende bedrijfsbehoeften?**
7. **Kiest u voor een betrouwbare leverancier?**

1. Ondersteunt het naadloze winkelervaringen?

Er bestaan verschillende softwareoplossingen waarmee u de klant een uniforme ervaring kunt bieden. Maar om effectieve en boeiende klantervaringen te leveren over verschillende kanalen heen, hebt u technologie nodig die u een duidelijk overzicht geeft van uw gegevens, totale controle en realtime informatie over producten, omzet en klanten vooral uw online en fysieke winkels. Als uw gegevens zich in afzonderlijke databases bevinden en uw kanalen niet met elkaar communiceren, zult u vroeg of laat merken dat u uw klanten niet optimaal kunt bedienen.





Waar u op moet letten:

- Een systeem waarbij **POS, eCommerce en ERP in realtime** communiceren, zodat u altijd de meest actuele informatie kunt zien.
- Transparantie van de **voorraad** voor klanten, zodat ze op de website kunnen zien of specifieke items beschikbaar zijn voordat ze bestellen - of de stap naar de winkel maken.
- Een duidelijk overzicht van de **voorraadniveaus voor alle items bij elke POS**, en de mogelijkheid voor medewerkers om items voor klanten te bestellen bij andere winkellocaties of het magazijn.
- Een **geünificeerde winkelwagen**, zodat klanten kunnen blijven winkelen en items aan hun winkelwagen kunnen toevoegen vanaf verschillende apparaten.
- Verschillende **aankoopties**, waaronder
 - **click and collect**;
 - bezorging **aan huis**;
 - locker **pickup**;
 - online kopen en retourneren in de winkel, of rechtstreeks aan de bezorger.

Vragen om te stellen:

- Als een klant online een bestelling plaatst, heeft de lokale winkel waar het vandaan komt dan al hun gekozen items op voorraad?
- Wanneer een klant met een click and collect bestelling in uw winkel verschijnt, zullen de items dan beschikbaar zijn om mee te nemen?
- Kan ik klanten transparantie van voorraad bieden in mijn online winkel?
- Hoe eenvoudig is het om in de winkel te retourneren wat online is gekocht, of in een andere winkellocatie?

2. Kunt u personalisatie aanbieden?

Klanten verwachten als individuen behandeld te worden en willen als zodanig erkend worden. Wanneer personalisatie goed wordt uitgevoerd, kan dit aanzienlijke voordelen voor uw bedrijf opleveren. Een rapport van Boston Consulting Group toonde aan dat wanneer de winkelervaring sterk gepersonaliseerd was, klanten **110% meer geneigd waren extra items aan hun mandje toe te voegen en 40% meer geneigd waren 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 winkelen, via de app of fysiek. Hierbij is het belangrijk om alle gegevens met elkaar te verbinden. Dit omvat het samenvoegen van meerdere gegevensbronnen in één database **om een geünificeerd beeld van consumenten over transacties en kanalen te verkrijgen, gekoppeld aan uw loyaliteitsprogramma** (als u er een aanbiedt).





Waar u op moet letten:

- **Loyaliteitsprogramma's** die u kunt ontwerpen op basis van uw behoeften en voorkeuren, en die shoppers in staat stellen punten en vouchers te verzamelen en uit te geven.
- De optie om loyaliteitsprogramma's te **koppelen aan transactiegegevens**, zodat u klanten besparingen kunt tonen, evenals gepersonaliseerde kortingsbonnen en andere aanbiedingen.
- Een **geünificeerde database** over alle winkelkanalen, zodat u gemakkelijk alle voorkeuren van de klant, loyaliteitsinformatie en verkoopgegevens kunt verbinden, of ze nu in de winkel, op sociale media, in de app of op de webshop winkelen.
- **Geavanceerde data-analysefunctionaliteit** om trends in het koopgedrag van uw klanten te identificeren en meer relevante aanbiedingen en aanbevelingen te leveren.
- De optie om contact op te nemen met uw klanten met **gepersonaliseerde berichten** die relevant zijn voor hun gewoonten en voorkeuren.

Vragen om te stellen:

- Hoe eenvoudig is het om gepersonaliseerde aanbiedingen naar klanten te sturen op basis van wat ze meestal kopen of op welke dag en uur ze winkelen?
- Kan ik een echt gepersonaliseerde service bieden, wetende wie mijn klanten zijn, welke kleuren en stijlen ze leuk vinden, wat ze eerder hebben gekocht, welke drankjes ze graag hebben tijdens het winkelen, en welke nieuwe items ze misschien leuk vinden?
- Kan ik upselling en cross-selling online en in de winkel vergroten met zinvolle productaanbevelingen?
- Kan ik gemakkelijk speciale aanbiedingen, zoals een kortingscode of gratis thuisbezorging, sturen om voormalige klanten te verleiden terug te keren?

3. Hoe sterk zijn de mogelijkheden voor voorraadbeheer?

Luxe retailers hebben krachtige voorraadmogelijkheden en een duidelijk, realtime overzicht van de voorraad nodig. U moet **de snel veranderende consumentenvraag tegemoetkomen** en slimme beslissingen nemen die tastbare waarde opleveren: meer terugkerende klanten, meer items verkocht tegen volledige prijs en meer gepersonaliseerde consumentenervaringen. U moet in staat zijn om verschillende budgetten te bedienen, op maat gemaakte bestellingen te beheren en ervoor te zorgen dat u altijd hebt wat uw klanten zoeken door items efficiënt te distribueren naar de juiste winkellocaties.

U moet ook begrijpen **wat consumenten nu kopen en voorspellen wat ze in de toekomst willen**. Met een enorme verscheidenheid aan producten om te jongleren en snel bewegende trends om bij te blijven, hebt u krachtige intelligente analysetools en voorspellingsinstrumenten nodig die gegevens ondervragen om trends en patronen te identificeren en u helpen bepalen welke producten u moet bestellen en hoe u ze moet distribueren. Tot een paar jaar geleden werd bedrijfsanalyse beschouwd als een dure extra die alleen grote bedrijven zich konden veroorloven, maar dat is niet langer het geval. En omdat de industrie blijft omgaan met verstoringen in de supply chain, is het cruciaal voor retailers om **software te hebben die helpt bij het spotten van trends, het voorspellen van de vraag en het snel aanpassen**.





Waar u op moet letten:

- Een gecentraliseerde database die uw medewerkers in staat stelt om de voorraadstatus in **realtime** te zien.
- Een **gecentraliseerd overzicht** van verkopen waarmee u kunt volgen hoe producten worden verkocht in winkels en online, en kunt zien waar er tekorten zijn.
- De mogelijkheid om een grote en gevarieerde mix van producten te beheren over productassortimenten.
- Tools die specifiek zijn ontworpen om de verkoop in de winkel te optimaliseren, zoals geautomatiseerde korting op langzaam bewegende goederen en ondersteuning van een breed scala aan promoties.
- Zichtbaarheid over uw hele winkelketen en tools om voorraad in evenwicht te brengen op basis van in welke locaties bepaalde items ontbreken.
- **Geautomatiseerde aanvulling** voor specifieke items om mogelijke tekorten te voorkomen en de inspanningen en kosten voor aanvulling te minimaliseren.
- Tools om de winkelruimte te maximaliseren en de beste productmix per locatie en tijdsperiode te bepalen.
- Mogelijkheid om varianten toe te wijzen aan elk item om het voorraadbeheer te verbeteren en de herbestelling van items nauwkeurig af te stemmen.
- De mogelijkheid om de exacte hoeveelheden te **voorspellen** die moet worden besteld voor winkels en magazijnen.
- Mogelijkheid om verschillende soorten aanvullingsregels in te stellen voor verschillende soorten items, zoals niet-terugkerende producten.

Vragen om te stellen:

- Kan ik systeemwaarschuwingen instellen als sommige items te snel verkopen, of juist niet snel genoeg?
- Kan ik verschillende aanbiedingen en promoties maken en ze activeren voor sommige locaties of klanten?
- Kan ik gemakkelijk werkorders volgen, van aanvraag tot productie, tot levering aan de klant?
- Zal ik in staat zijn om de voorraad over al mijn winkels en kanalen te zien en beheren met slechts één softwaresysteem?

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

Het **gemiddelde personeelsverlooppercentage in de retail blijft hoog in vergelijking met andere sectoren**, met ongeveer 60% volgens de National Retail Federation. Het is een probleem dat leidt tot eindeloze cycli van werving, aanname, introductie en training, waarbij tijd en middelen van winkelmanagement worden uitgeput en het uw bedrijf geld kost.

Een modern kassasysteem (POS) kan **de mogelijkheden bieden om werkschema's van werknemers te plannen en werknemerskosten en prestaties bij te houden**. Het kan u ook de inzichten geven die u nodig heeft om het gebruik van werknemers te optimaliseren, het personeelsverloop te verminderen en u helpen om topresterende mensen te identificeren en te belonen. Deze erkenning kan echt lonen. Een onderzoek van SurveyMonkey toonde aan dat 63% van de werknemers die op het werk erkend worden, een lage interesse heeft om een nieuwe baan te zoeken.





Waar u op moet letten:

- De mogelijkheid om diensten in te plannen, personeelskosten in te schatten en te vergelijken met uw budget, zodat u ervoor kunt zorgen dat uw bedrijf altijd **winstgevend opereert**.
- Automatiseringen die u helpen beslissen hoeveel werknemers u moet inplannen, rekening houdend met drukke en rustige periodes waar u mogelijk meer of minder personeel nodig hebt.
- **Geautomatiseerde tracking** van gewerkte uren en personeelscommissies, indien van toepassing.
- Toestemmingsinstellingen bij de POS. Door specifieke rollen alleen toe te staan om acties zoals retourneren of speciale kortingen uit te voeren, kunt u het risico op frauduleuze activiteiten verminderen.
- Modules voor diefstalpreventie die u zullen waarschuwen voor verdachte activiteiten bij de POS.
- **Communicatietools** om de uitwisseling van informatie tussen werknemers te vereenvoudigen.

Vragen om te stellen:

- Hoe eenvoudig is het voor werknemers om zich aan- en af te melden?
- Kan ik diensten plannen en deze gemakkelijk delen met werknemers?
- Kan ik persoonlijke afspraken plannen op basis van de beschikbaarheid van personeel?
- Helpt het systeem om personeelskosten bij te houden en binnen het budget blijven?

5. Levert het sterke business intelligence en geavanceerde analytics?

Feestdagen, terug naar school, hittegolven – **bepaalde periodes in het jaar hebben een enorme impact op de verkoopprestaties**. De vraag is, bent u hier goed op voorbereid? Zonder de tools om uw verkoopgegevens te analyseren en nauwkeurige voorspellingen te doen, loopt u het risico grote kansen te missen, vooral tijdens drukke periodes.

In de retail kunnen luxe merken aanzienlijke voordelen behalen door het gebruik van gegevensanalyse. In het artikel 'Jumpstarting value creation with data and analytics in fashion and luxury' bevestigde McKinsey dat bedrijven die op data gebaseerde beslissingen nemen over voorraad- en winkeloptimalisatie **de verkoop met 10% verhogen**.





Waar u op moet letten:

- **Duidelijke informatie** en de mogelijkheid om gepersonaliseerde weergaven en rapporten te maken. U moet uw gegevens kunnen analyseren zonder een data-analist nodig te hebben.
- **Datavisualisaties en dashboards**, zodat u in één oogopslag kunt zien welke producten en locaties omzet genereren, en waar u actie moet ondernemen.
- **Realtime inzichten en rapporten** die door uw werknemers kunnen worden geraadpleegd wanneer ze de informatie nodig hebben, waar ze ook zijn.
- De mogelijkheid om **productiviteit** per periode, werknemer, winkel en gebied bij te houden en te vergelijken.
- Inzichten die u helpen uw **prijstelling** voor specifieke items en artikelgroepen aan te passen, zodat u de omzet en marges kunt vergroten.
- **Kunstmatige intelligentie**-aangedreven tools om patronen en trends te identificeren die u anders niet zou hebben opgemerkt.
- **Voorspellende analyses** die putten uit interne gegevens (zoals historische verkoop) en externe factoren (zoals feestdagen, weer of evenementen) om u te helpen de vraag te voorspellen en inkoop te plannen.

Vragen om te stellen:

- Kan ik aangepaste rapporten en dashboards maken voor verschillende functierollen?
- Kan ik meerdere locaties in één dashboard volgen en snel problemen identificeren?
- Kan ik waarschuwingen instellen voor specifieke gebeurtenissen, bijvoorbeeld als een promotie ondermaats presteert op sommige locaties?

6. Ondersteunt het veranderende bedrijfsbehoeften?

Elke retailer heeft **toekomstbestendige technologie** nodig die hen zal ondersteunen bij het laten groeien van hun onderneming, diversifiëren van hun aanbod en aanpassen aan nieuwe zakelijke behoeften.

Ook al zijn er misschien al plannen om **nieuwe locaties te openen**, kunt u niet altijd nauwkeurig voorspellen hoe snel u zult groeien. En zelfs als u niet van plan bent om uit te breiden naar verschillende landen, kan die tijd ook komen. Dan zult u blij zijn met een softwareoplossing die het gemakkelijk maakt om nieuwe winkels te openen, misschien in landen met verschillende regelgeving, valuta's of talen.

Op dezelfde manier biedt u mogelijk nog geen diensten buiten uw kernaanbod aan, maar in de toekomst besluit u mogelijk een in-store wijnbar of restaurant te openen, of in-person en online consultaties aan te bieden. Verschillende luxe retailers, van Armani tot Tiffany & Co., hebben hun merk al gediversifieerd met **aanvullende services** en hebben daarvan geprofiteerd. Studies hebben aangetoond dat retailers die investeren in andere diensten, bijvoorbeeld een horecagebied in de winkel, een verkoopstijging van 20% tot 40% zien.

Terwijl u verschillende softwareoplossingen kunt toevoegen om uw tafelservice, reserveringen, enzovoort te beheren, is dat niet de beste oplossing. Als u al niet-retaildiensten uitvoert of van plan bent dit te doen, loont het om een POS- en ERP systeem te vinden dat **verschillende branchewensen direct ondersteunt**.





Waar u op moet letten:

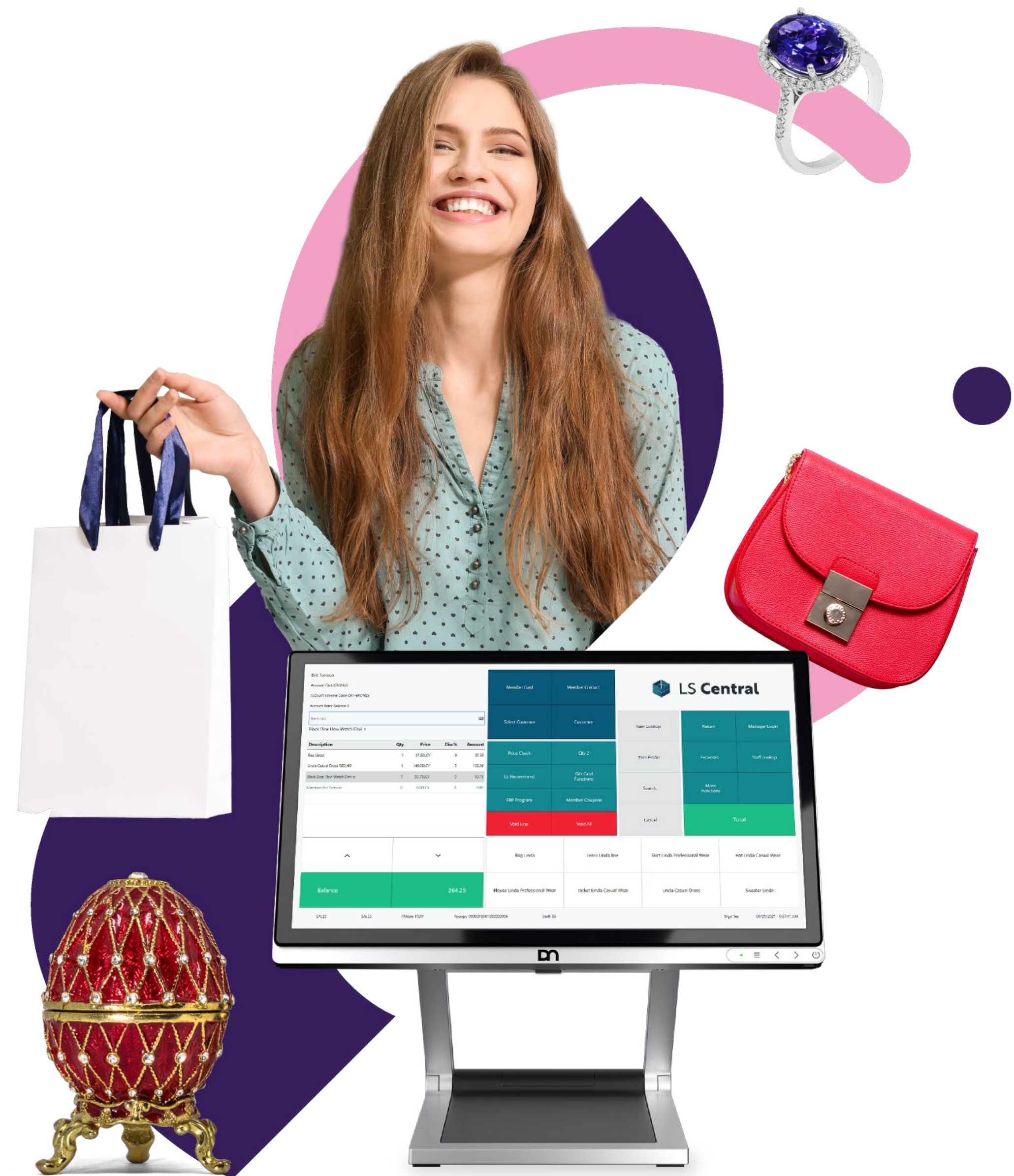
- Een **schaalbare softwareoplossing**, waarmee u gemakkelijk nieuwe winkels kunt openen.
- Een **internationaal** softwaresysteem dat verschillende regelgevingen en vereisten kan ondersteunen, en beschikbaar is in meerdere talen en valuta's.
- **Branchespecifieke functionaliteit** buiten de retail. Als u van plan bent een cocktailbar te openen, moet u gemakkelijk noodzakelijke functies zoals menubeheer, voedselplanning en ingrediëntenregistratie kunnen toevoegen.
- De mogelijkheid om **diensten en ervaringen aan te bieden**. Controleer of u gemakkelijk ticketing kunt toevoegen (als u in-store evenementen wilt organiseren), reserveringen en verhuur (bijvoorbeeld om ruimte te verhuren voor privéfeesten).
- Mogelijkheid om alle klant- en bedrijfsgegevens van evenementen, diensten en verkoop van retail en horeca **binnen één platform te beheren**. U moet een volledig overzicht van uw bedrijf kunnen krijgen: loyaliteit volgen, promoties plannen en consumptiepatronen begrijpen over alle bedrijfsgebieden heen.

Vragen om te stellen:

- Welke andere talen en valuta ondersteunt het systeem?
- In hoeveel landen wordt de software vandaag de dag gebruikt?
- Welke extra branchespecifieke functionaliteit is direct beschikbaar?
- Kan ik verschillende inkomstenstromen volgen, bijvoorbeeld van retail verkoop, koffieverkoop en evenemententickets, in hetzelfde overzicht?

7. Kiest u voor 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 technologie goed te doorlopen**. De meeste leveranciers zullen u vertellen dat ze aan al uw bedrijfseisen kunnen voldoen, maar het is de moeite waard om te controleren of er substantie zit achter hun woorden. **Definieer duidelijk welke functionaliteiten uw bedrijf nodig heeft** en dring er bij leveranciers op aan om specifiek te zijn over wat nodig is om die cruciale bedrijfsfuncties te leveren op het gebied van kosten, tijd, complexiteit en training.





Waar u op moet letten:

- **Reputatie en geschiedenis.** Kies een betrouwbare leverancier - iemand die goed staat aangeschreven in de branche en die niet plotseling als een dief in de nacht zal verdwijnen.
- **Een solide basis.** Waar is hun technologiestack op gebouwd? Uw ERP is het hart van uw bedrijf, u wilt technologie die bekend en betrouwbaar is.
- Voldoen aan **erkende normen en kwaliteitskaders.** Dit toont aan dat ze zich houden aan de beste praktijken in de branche en de nodige stappen nemen om de hoogste kwaliteitsservice te bieden.
- **Sterke branchespecifieke expertise.** Kijk naar hun referenties en zorg ervoor dat ze worden ondersteund door een ervaren team dat echt begrijpt welke uitdagingen en eisen uw bedrijf tegenkomt.
- **Capaciteit.** Heeft de leverancier de capaciteiten en het partnernetwerk dat nodig is om aan uw lokale en internationale zakelijke behoeften te voldoen?
- Het hebben van een **duidelijke productvisie.** Controleer welke nieuwe functionaliteiten ze van plan zijn aan het product toe te voegen en hoe ze zullen blijven innoveren om uw bedrijf up-to-date te houden met de nieuwste technologische ontwikkelingen.

Vragen om te stellen:

- Welke ondersteuningsdiensten worden aangeboden?
- Wat is het vijfjarenplan voor deze software?
- Kan ik praten met een van uw retail klanten?

Een succesvolle beslissing voor de toekomst maken

Het kiezen van een POS- en ERP systeem dat uw huidige en toekomstige behoeften ondersteunt, helpt u veerkracht en flexibiliteit in uw bedrijf op te bouwen.

Tegelijkertijd zal de softwareoplossing die u kiest uw bedrijf aanzienlijk beïnvloeden voor de komende 5-10 jaar, dus dit is geen beslissing die lichtvaardig moet worden genomen.

Terwijl u verschillende opties evalueert en de vakjes afvinkt, houdt u de zeven factoren in gedachten die in dit document zijn uiteengezet. Gebruik deze whitepaper als een gids om een softwareoplossing voor uw retail bedrijf te selecteren die uw bedrijfsresultaten verbetert, uw bedrijf ondersteunt en u helpt het bedrijf te worden dat u wilt zijn.

Uiteindelijk zou de ideale retailoplossing u moeten helpen:

- De scheidingen tussen uw bedrijfsprocessen, afdelingen en kanalen te doorbreken.
- Al uw bedrijfsactiviteiten te verbinden.
- Alle gegevens te organiseren, analyseren en transformeren tot betekenisvolle inzichten.
- Bied een naadloze winkelervaring die klanten in staat stelt om hun winkelreis te starten, stoppen, voortzetten en voltooien via welke kanalen ze ook kiezen.

Terwijl de industrie blijft evolueren en klanten meer snelheid en gemak eisen, loont het om **een modern retailplatform te hebben als het kloppende hart van uw bedrijf**, dat u op elke stap ondersteunt.



Stop voordat u beslist

Geraakt u verdwaald in een jungle van retailoplossingen die allemaal beweren alles te doen wat u nodig heeft?

Stop nu.

Wij zijn experts in retailsoftware en ondersteunen verschillende bekende luxewinkels. We helpen u graag begrijpen wat u echt nodig heeft en vinden een oplossing die uw uitdagingen aanpakt.





LS Retail is een 'world-leading' leverancier van bedrijfssoftware voor de retail- en hospitality sector. De geïntegreerde Unified Commerce softwareoplossingen ondersteunen meer dan 7.000 retailers met 100.000+ winkels waaronder supermarkten, hypermarkt ketens, tuincentra, doe-het-zelf zaken, modewinkels, elektronicazaken, meubelgiganten, restaurants, hotels, etc.

TCOG is softwareleverancier en Trusted Microsoft ERP partner met een sterke focus op de retail. Met bewezen softwareoplossingen van Microsoft en LS Retail, bedienen wij met meer dan 100 collega's 225+ klanten in de Benelux.

Meer weten? Neem een kijkje op www.tcog.be of www.tcog.nl.

www.LSRetail.com