

In-Store Datenerfassung, und Etikettier Lösung für Mothercare kommt von Datalogic und Sato

Die neue, auf dem Mobilcomputer Memor basierende Lösung zur Preisauszeichnung bei der Mothercare Gruppe ist bei den Retail Systems Awards 2011 als eine der besten "in-store" Marketing Technologien nominiert.

Die Mothercare Gruppe setzt sich aus zwei großen internationalen Retail Marken zusammen: Mothercare und Early Learning Centre. Mothercare ist das Fachgeschäft für Eltern und werdende Mütter und als solches die Nummer 1 in Großbritannien. Das breite Angebot, der 300 Läden, die über ganz Großbritannien verteilt sind, reicht von Bekleidung über Kinderwägen bis zu Kinderbetten. Das sogenannte „Early Learning Centre“ fügt der umfassenden Liste noch Spielsachen hinzu, die entwickelt wurden um bei Kindern die Entwicklung der eigenen Vorstellungskraft und Kreativität zu fördern und gleichzeitig Lernen mit Spaß zu verbinden.

Als großes Handelsunternehmen ist es für Mothercare ausgesprochen wichtig, Preisveränderungen und Sonderverkäufe schnell und einfach zu realisieren. „Instant Promotions“ sorgen nicht nur für höheres Interesse bei den Kunden sondern helfen auch beim Abverkauf von Saisonwaren und Langsamdrehern. Für die Mothercare Gruppe war es ausgesprochen wichtig ein System zu finden, das zu Zeitersparnis bei der Neuauszeichnung von Produkten und der Vorbereitung von Sonderverkaufsaktionen führt und damit auch den Inventurfluss erhöht. Gleichzeitig sollten menschliche Fehler bei der Kalkulation von Preisreduzierungen ausgeschlossen werden, Etiketten in Echtzeit auf der Ladenfläche erstellt werden und der durch Papieretiketten verursachte Müll reduziert werden. Das heißt, die Lösung nach der die Mothercare Gruppe suchte sollte Kosten reduzieren und dabei die Effizienz erhöhen.

Um die für Mothercare perfekte Lösung umzusetzen entschied sich das Unternehmen für SATO. Wesentlicher Bestandteil der Lösung ist der mobile Computer Memor™ von Datalogic ADC. Dieser greift auf eine für den Benutzer spezifizierte Datenbank zu und ermöglicht dann die direkte und schnelle Kalkulation von Preisen. Dadurch hat das Verkaufspersonal auf der Fläche die Möglichkeit sich anderen wichtigen verkaufsorientierten Aufgaben zu widmen. Der mobile Computer Memor beeindruckte bei der Produktauswahl auch durch seinen Formfaktor: Memor ist ausgesprochen klein und leicht und dabei robust, d.h. weder Fall noch Flüssigkeit und Staub beeinträchtigen den Mobilcomputer.

Seit der Einführung der von SATO und Datalogic realisierten Lösung verzeichnet die Mothercare Gruppe eine drastische Reduzierung des Zeitaufwands bei der Vorbereitung von Verkaufsaktionen. Für die Mitarbeiter bedeutet dies mehr Zeit für die Kundenbetreuung und mehr Freiraum um verkaufsorientierte Aufgaben zu erfüllen. Die komplette Lösung hat für die Mothercare Gruppe zu

einer Verbesserung der Eckkosten- und Zeiteffizienz geführt.

Mark Birnie, Retail Operations Manager bei der Mothercare Gruppe: "Für Mothercare und Early Learning Centre, bedeutet die von SATO und Datalogic gelieferte Technologie eine echte Problemlösung. Wir haben nicht nur zu einem wettbewerbsfähigen Preis eingekauft sondern die einfache Handhabung und die Funktionsvielfalt der Lösung sorgen für hohe Flexibilität und gleichzeitig behalten wir die absolute Kontrolle über unsere Preisstruktur. Jetzt sparen wir Zeit, reduzieren Abfall und profitieren vom hohen Return of Investment (ROI). Die Partnerschaft zwischen SATO und Datalogic hat uns zur besten Marktlösung geführt, die all unsere Anforderungen erfüllt."

Das Projekt zum Ausbau der Etikettier- und Datenerfassungslösung bei der Mothercare Gruppe, umgesetzt von SATO und Datalogic ist als eine der besten In-Store Marketing Technologien bei den Retail System Awards 2011 nominiert.