

Martie 2015

Din culisele unui pariu îndrăzneț: Autograf, primul magazin de birotică și papetărie premium din mall

Distribuitorul național de papetărie Vector Internațional și-a deschis, la jumătatea lunii mai în Mall AFI Cotroceni, primul magazin exclusiv de papetărie și birotică premium din București.

Este pariul temerar al unui întreprinzător care pune la bătaie experiența sa de 15 ani în distribuția de papetărie pentru a iniția un business de retail cu obiective îndrăznețe: Marius Avram, Directorul General al Vector Internațional. Și cum orice afacere serioasă are nevoie de un software pe măsură, magazinul Autograf se bazează pe soluția Pluriva ERP pentru informatizarea POS (Point of Sales) și pentru achiziții și stocuri. Cu ocazia inaugurării magazinului, a fost lansat și brandul sub care va opera acesta: Autograf - creația agentiei de consultanță în branding, Innerpride.

În acest business nou, Marius Avram mizează pe faptul că există un număr suficient de mare de clienți interesați de produse de papetărie de calitate superioară, pe care să le achiziționeze dintr-un magazin specializat aflat în mall.



„Clienții vor găsi în magazinul Autograf trei lucruri importante: produse de calitate, durabile, de la branduri foarte respectate pe piață, idei de cadouri istețe și utile, dar și sfatul unor consilieri de vânzări pe care îi poți întreba orice despre produsele de papetărie și birotică și care sunt gata să ofere cele mai bune sfaturi”, afirmă Marius Avram.



Design spectaculos

Conceptul de amenajare a magazinului Autograf este realizat de Biroul de Proiectare Matus și își propune ca în cei 120 de metri pătrați disponibili să scoată în evidență produsele expuse, să le pună în valoare și să ofere o experiență unică și memorabilă vizitatorilor. Plecând de la identitatea vizuală alb-negru a brandului, elementele de decor din magazin păstrează aceleași nuanțe de alb sau negru: fluturii din carton suspendați, rafturile, uniforme vânzătoarelor sau spoturile de lumină. Singurele obiecte colorate din magazin sunt produsele expuse, pentru ca vizitatorii să le observe în primul rând pe acestea la intrarea în magazin.



Extindere strategică

Pentru business-ul de distribuție Vector, Autograf va avea rolul de flagship store, va fi un showroom premium al produselor de top ale distribuitorului. Din perspectivă inversă, pentru magazinul Autograf, Vector Internațional este furnizorul principal al produselor vândute: acest lucru se traduce prin accesul la întreg portofoliul de produse al acestuia.

Autograf este exclusiv un brand de retail.

Vector Internațional se extinde astfel de la distribuție spre retail, adică de la piața B2B (Business to Business), o piață cu un public specific mediului de business, cu număr relativ stabil de clienți, la piața B2C (Business to Consumer), o piață oscilantă și sensibilă în care achizițiile sunt individuale și au mai degrabă un caracter impulsiv. Tendința în cazul B2C, este încurajarea cumpărătorului să achiziționeze, să rămână loial, fiind motivat și de notorietatea/prestigiul brandului.

Segmentarea clienților

Magazinul este împărțit în trei secțiuni: produse pentru biroul de acasă sau pentru un birou pretențios de firmă, produse pentru copii și produse de lux. În magazin sunt expuse aproximativ 1.000 de repere, din peste 20 de branduri de prestigiu, provenite în special din Europa de Vest și Japonia.

Categoriile de produse disponibile nu sunt fundamental diferite de cele ce pot fi găsite în hyper-market-uri sau magazine discount. Cel mai important aspect legat de vânzare este să demonstrezi celor care intră în magazin de ce sunt diferite și ce inovații au produsele expuse în raft, valoarea specială adusă de utilizarea lor. Acest rol cade în sarcina consilierilor de vânzări aflați la raft. Ei au beneficiat de training-uri specializate pe birotică, ce completează experiența lor anterioară în vânzări consultative.

Vânzătorii trebuie să înțeleagă ce caută fiecare client care intră în magazin și să îi ofere soluția personalizată. Înainte de achiziție, produsele trebuie vândute și simțite de către cumpărător, de aceea amenajarea magazinului este de tip „open-space”, cu acces direct la produse.

După 15 ani de experiență pe piața de distribuție, conducerea Vector Internațional face primul pas în retail și își deschide primul magazin.

“Următorul pas îl vom face după ce vom înțelege mai bine nevoile consumatorului final”, spune Marius Avram.



O investiție îndrăznească are nevoie de un partener IT pe măsură

Provocările magazinului Autograf din Mall AFI Cotroceni

Găsirea unei soluții software integrate de retail și gestiune care să îndeplinească următoare condiții:

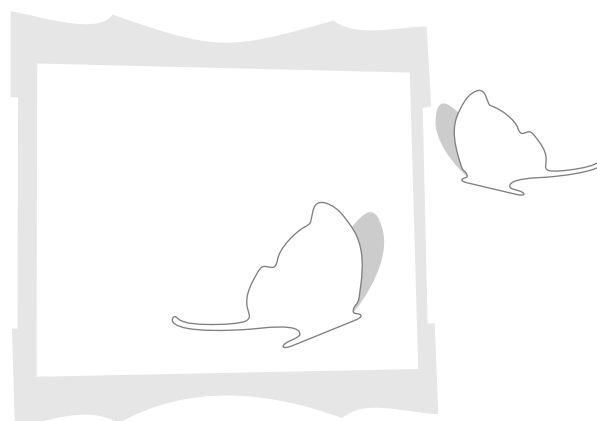
- Să poată fi implementată rapid și să funcționeze foarte bine de la început.
- Să nu îi oblige să cumpere server nou, ce nu ar fi folosit nici măcar la 10% din capacitate.
- Să nu aibă nevoie de un om dedicat la IT, care să administreze permanent magazinul.
- Să achite un preț lunar, stabilit în funcție de numărul de utilizatori din fiecare moment.

Soluția

- Pluriva ERP – prin închirierea licenței de utilizare în varianta SaaS (Software as a Service) găzduită pe infrastructura Cloud Pluriva și accesată în mod securizată prin Internet.

„Avem nevoie de disponibilitatea absolută a sistemului ERP: când ai de-a face cu clienții din mall, nu îți permiți să îi faci să aștepte din cauza softului.”. Marius Avram





„Aplicația software face parte din experiența de cumpărături trăită de clienți în magazin: trebuie să fie rapidă, precisă și sigură, pentru că de acum înainte va fi percepută de clienți ca făcând parte integrată din magazin.” Marius Avram

„Magazinul Autograf este amenajat aerisit, pentru că ne concentrăm pe crearea unei experiențe memorabile pentru vizitatori. Selecția potrivită a obiectelor așezate pe raft din multitudinea de produse disponibile pe piață reprezintă avantajul competitiv al magazinul nostru și aici voi avea nevoie de rapoartele de vânzări și aprovizionare generate din aplicația Pluriva.” Ionel Oprean, Database Administrator, Vector International

Componentele soluției Pluriva ERP implementate

Vânzare

- La punctul de vânzare este instalată Soluția Pluriva POS, ce oferă modalitățile multiple de încasare pentru produsele comercializate: cash, card sau bonuri cadou. Fiecare operator al echipamentelor beneficiază de user și parolă proprii, pe baza cărora își desfășoară procesul de vânzare. Produsele pot fi căutate implicit folosind codul de bare, dar și după denumirea lor.

Aprovizionare

- Automatizarea recepției produselor, prin importul automat al facturilor de intrare.
- Preluarea automată a nomenclatoarelor de produse a categoriilor, subcategoriilor și a tipurilor de produse, inclusiv a informațiilor specifice: cod de bare, unitate de măsură, cod produs, fabricant.

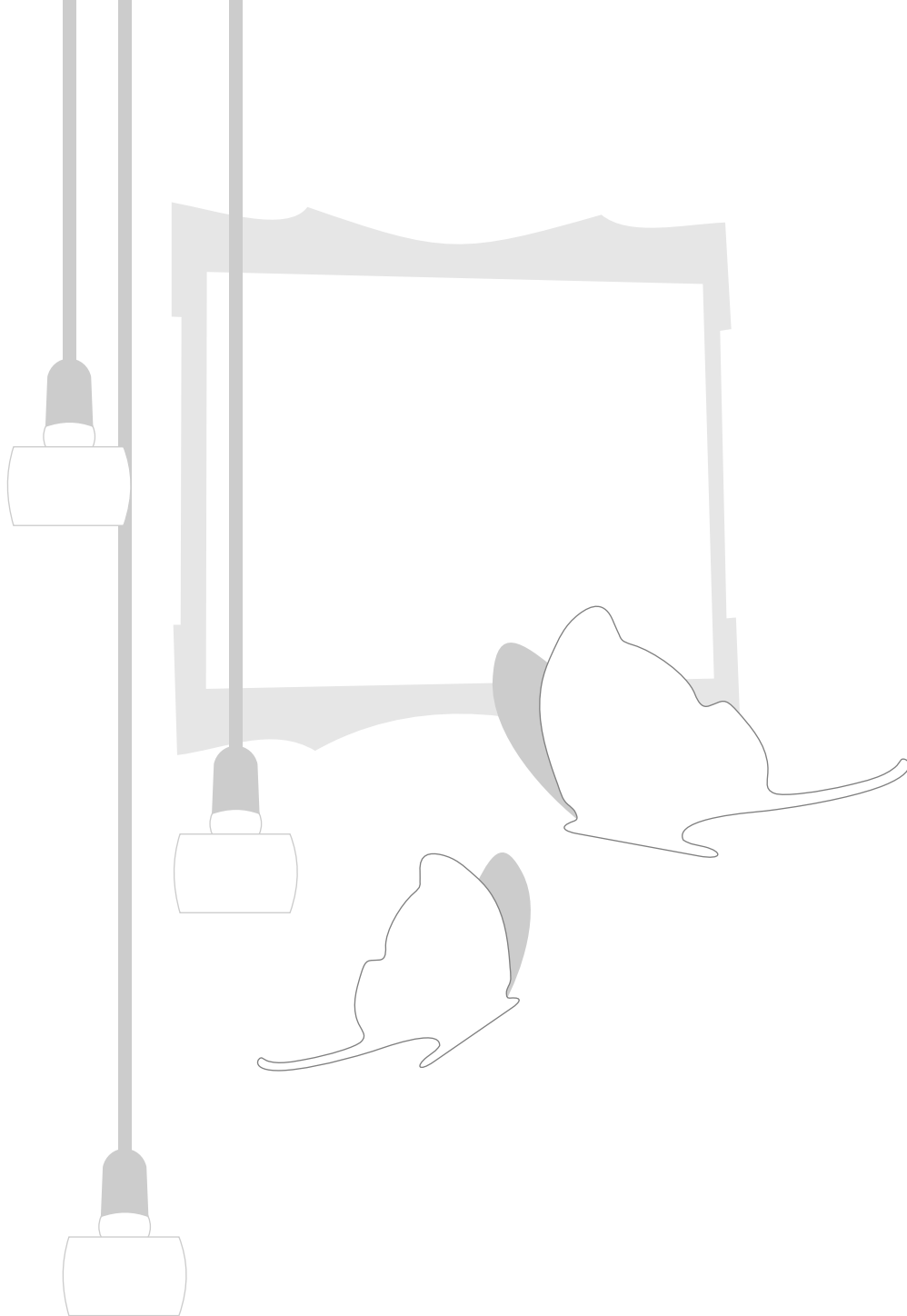
Rapoarte și analize de vânzări

- Rapoarte generate: cele mai vândute produse, categorii și subcategorii, urmăriți produse.

Contabilitate

- Generarea automată a fișierelor pentru importul lor în aplicația de contabilitate a Vector International: Jurnal cumpărări, Balanță mărfuri, Fisa de magazie, Stoc, Registrul de casa.





Autograf 