

PERSPEKTIVE



Ausgabe Juni 2013



Neues und Wissenswertes. Für Retail & People.

Spielerischer Umgang mit Zeit: Neue Software für Filial-Zeitwirtschaft!



Einfache, webbasierte Anwendung bringt hohen Nutzen.

Wenn eine Anwendung den Mitarbeitern Spass bereitet, ist das sicher die höchste Motivation sie zu benutzen. Mit der neuen Filial-Zeitwirtschaft ist es uns gelungen, eine Applikation für die Benutzer in den Verkaufsstellen und der Zentrale zu realisieren, die nicht nur Spass macht, sondern mit der auch spielerisch gearbeitet werden kann. Der Anwender soll sich wie ein Pilot im Cockpit fühlen. Mit einem Blick kann er sich die Tages- oder Wochenplanungen visualisieren lassen. Mit einer klaren Farbzuordnung und mit Kennzahlen hinterlegt, sind spezielle Ereignisse wie Umsatzpeaks, Lieferzeiten, Abwesenheiten etc.

Fortsetzung Seite 2

Einen schönen guten Tag, liebe Leserin, lieber Leser

„Grosse Erfolge“ ergeben sich für die Data Connect nur dann, wenn wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen für den Kunden den bestmöglichen Nutzen erzielen konnten. Gerade als externer Serviceanbieter können wir die Anforderungen meist aus einer anderen Warte betrachten und mit einem „Adler“-Blick die Zusammenhänge für eine umfassende Gesamtlösung besser erkennen. Mit Sorgfalt werden die Details erarbeitet und implementiert, denn schliesslich soll das Projekt dem Kunden Spass und Freude bereiten. Dies wollen wir stets in Partnerschaft und in einer gemeinsamen befruchtenden Zusammenarbeit erreichen. Erst wenn unsere Kunden mit unseren Leistungen erfolgreich sind, dürfen wir uns als Data Connect auch als erfolgreich bezeichnen. Wenn uns dann Komplimente wie hohe Kompetenz in Software-Architektur und -Entwicklung sowie von Projektausführungen „in Time, in Cost und in Quality“ zuteil werden, bestätigt es unser Credo, stets eine Meile mehr zu gehen, nicht weil es Kür, sondern Pflicht ist und alle Herausforderungen mit Engagement und Begeisterung anzunehmen!

Ihr
Jürg Baumgartner
Geschäftsleiter



... Fortsetzung von Seite 1

Analog einer Schalttafel kann der Anwender die Mitarbeiter auf Tages- oder Wochenbasis einplanen. Mit einfachen Drag & Drop- oder Mausbewegungen kann deren Einsatz verlängert, verkürzt oder kopiert werden. So entsteht ein Puzzle, mit dem sichergestellt wird, die richtigen Mitarbeiter zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort zu haben. Die Einsatzplanung lässt sich so präzise gestalten, dass dann aus der Sollplanung mit Anpassung von ungeplanten Abwesenheiten mit einem Klick die Ist-Zeit-Erfassung folgt.

Intuitiv erlernbar, selbstsprechend und Übersichtlichkeit sind Bedingungen für eine Lösung, die in den Verkaufsstellen Erfolg haben soll und die Mitarbeiter nicht von den Kernaufgaben des Verkaufs abhalten soll!



Im Markt ist die neue Software für Personaleinsatzplanung bereits auf großes Interesse gestossen. Neben Denner hat sich auch die Galenica-Gruppe mit ihren Apotheken (u. a. Amavita, COOP Vitality) und Drogerien (u. a. Sun Store) dafür entschieden. Die Zeitwirtschaft von mehr als 4.500 Mitarbeitenden wird mit dieser Lösung in den Filialen und Standorten sicher abgewickelt.

Das System weist bereits im Standard einen hohen Integrationsgrad zu ERP-Systemen wie SAP, Navision oder Dynamics AX auf. Performance, Datensicherheit und -Integrität sind selbstverständlich gewährleistet.

GaleniCare



Führende Messe für Retail IT.

Data Connect Trend-Report von der EuroCIS 2013

EuroShop Trade Fairs

Es ist für uns die höchste Auszeichnung und Ausdruck von Vertrauen, wenn die Kunden uns nach Meinungen zu Trends befragen. Damit wir dafür ein kompetenter Gesprächspartner bleiben können, besuchen wir auch immer Kongresse und Messen, sowie zum Beispiel die EuroCIS, der Technologiefachmesse für den Handel, in Düsseldorf.

EuroCIS
The Leading Trade Fair
for Retail Technology

Die Themen der diesjährigen EuroCIS spiegeln vor allem die rasante Entwicklung bei Smartphones und Tablets wider. Eine grosse Zahl innovativer Lösungen im Bereich Mobile wurde, wie auch die Integration von Web, Mobile, Social Media mit dem stationären Geschäft, intensiv diskutiert. Aber auch die „Klassiker“ wie Payment oder Supply-Chain-Lösungen und Business-Management haben weiterhin Priorität.

Das 2011 erschienene Buch IT-Trends@Retail-Business beweist immer noch seine Aktualität. Falls Sie es noch nicht gelesen haben – bestellen Sie es doch gleich jetzt über unsere Website oder kaufen Sie es als eBook.

Trends der elektronischen Regalpreisauszeichnung (ESL)

Elektronische Shelf Labels haben sich weiter entwickelt!

Wie lassen sich Preisänderungen oder auch Promotion-Massnahmen schnell und sicher realisieren? Ganz einfach, in dem man den Prozess automatisiert und sich für elektronische Regalplatzetiketten entscheidet.

Doch rechnet sich die Investition? Wenn man den Personalaufwand, den Zeitfaktor sowie die „Fehlerquote“ manueller Aktionen betrachtet, dürfte die Antwort wohl ein „Ja“ sein. Doch bis dato hohe Anschaffungskosten schrecken zunächst ab. Jetzt denken die Anbieter über „Display-Miet-Modelle“ nach.

Auch technisch gibt es Verbesserungen. Konkret bei den Displays. Es gibt mittlerweile eine deutlich bessere Lesbarkeit, auch aus unterschiedlichen Blickwinkeln und bei schlechten Lichtverhältnissen. Problematisch ist jedoch weiterhin die Verwendung von Farben, welche sich bei einigen Anbietern nur an festen vordefinierten Stellen erreichen lässt. Bei den Formen und Grössen geht der Trend zum Volldisplay. Hier wird wohl auch in Kürze ein Anbieter Displays mit Solarunterstützung marktreif haben.



Unser Trend-Reporting für Sie im Überblick.

Payment

Google, Apple & Co. machen es vor – neue Wallets und elektronische Geldbeutel schiessen wie Pilze aus dem Boden. Die Schlüsselfunktionen sind dabei meist das mobile Bezahlen sowie das Mobile-Couponsing. Zu ersterem sind die technologischen und vertraglichen Konzepte so vielfältig wie die Anbieter. Während Mobile Network Operator getriebene Lösungen auf dem Smartphone eine NFC-fähige Kreditkarte simulieren und dabei auf zukünftige Technologien wie sichere Speicher in den SIM-Karten setzen, empfehlen andere Anbieter gängigere Übermittlungstechnologien zwischen Kasse und Smartphone wie PIN/TAN, Bar- oder QR-Codes.

Die grosse Vielfalt an Lösungen bietet jedoch nur scheinbar einen Vorteil. Tatsächlich besteht die Herausforderung für den Händler darin, auf das richtige Pferd zu setzen, insbesondere dann, wenn er keine proprietäre Lösung, sondern eine möglichst breit verfügbare anstrebt.

Kassenlösungen

Der Kassenplatz, wie man ihn heute kennt, wird sich verändern. Abhängig von den Bedürfnissen der unterschiedlichen Händler, ihren Kunden und Prozessen, wird sich der klassische Checkout zu Gunsten von schnelleren, effizienteren, zuverlässigeren, unterhaltsameren oder einfach kundenfreundlicheren Lösungen wandeln.

Durch die hohe Verbreitung von Tablets bietet sich damit eine Consumer-Technologie auch für den Unternehmenseinsatz an: Geringe Hardware-Kosten, hohe Leistung und einfache Bedienbarkeit ermöglichen es, die Kasse zum Kunden zu bringen. Ein Verkäufer kann damit gleichzeitig verkaufen und kassieren, der Bruch zwischen Beratung/Verkauf und dem Kassierprozess verschwindet.

Checkout

Im Bereich der fixen Checkout-Installationen bieten sich vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten an: Der Kunde hat durch neue Self-Checkout und Self-Scanning-Lösungen die Möglichkeit, seinen Einkauf selber zu erfassen. Die Motivation, solche Systeme zu nutzen, sind vielfältig: Während die einen es aus Technologie-Verliebtheit ausprobieren und nutzen, schätzen andere die Möglichkeit, ihren Einkauf in ihrem eigenen Tempo abzuschliessen. Um den manuellen Aufwand beim Artikel-scannen noch weiter zu reduzieren, wurden neu auch Tunnel-scanner vorgestellt: Damit erübrigt sich das Suchen nach dem EAN, da der Scanner auf allen Seiten selbstständig den Barcode sucht und scannt. Ist das der nächste Schritt nach dem Self-Scanning – das Nobody-Scanning?

Die ideale Traktandenliste/Agenda für ein Gespräch mit uns

+++ Newsticker

+++ Neu im Team

Unser Team ergänzen aussergewöhnliche Personen, die unsere Botschaft mittragen und unsere Sprache verstehen und sprechen.



Als weiterer „Business Analyst Professional“ schätzen wir die Mitarbeit von Frédéric May in der Data Connect sehr. Er kennt die Bedürfnisse und Ansprüche im Detailhandel aus seiner mehr als 10-jährigen Erfahrung von Lösungen im Einkauf (B2B-Applikationen, SAP-Module MM, SD und SRM) und Verkauf (Kassenlösungen). Frédéric May, Vater von drei Töchtern, bringt nicht nur „savoir-vivre“, sondern auch die Bodenständigkeit eines echten Wallisiers mit sich.



Damit die Anforderungen an unsere Softwarelösungen mit der richtigen Technologie korrekt umgesetzt werden, zeichnet sich Uwe Müller verantwortlich. Seine Grösse widerspiegelt sich nicht nur in der Körpergrösse von 2,03 m, sondern auch in der Professionalität seiner Arbeitsausführung. Privat schreibt Uwe Müller den Sport gross: Badminton, Schwimmen, Fahrradfahren sind hier seine bevorzugten Freizeitbeschäftigungen.

+++ Leistungs-Portfolio

Neben den IT-spezifischen Aufgaben vertrauen auch immer mehr Retail-Kunden auf unsere Expertise in der Business-Analyse, für Projektleitungen oder Erstellung von Pflichtenhefter. Als weitere Referenz dürfen wir das Projekt der neuen Kassenlösung von Denner erwähnen. Denner hat die Data Connect mit der Erstellung des Pflichtenheftes und Anforderungskatalogs als auch mit dem Testing beauftragt.

Denner setzt bei seiner neuen Kassenlösung DenniPOS auf die Software von tc/pos.

+++ Rollout-Management mit Move/POM

IT-Equipment ist wertvoll. Wie sicher und dennoch schnell lässt sich der Geräte austausch oder die Neubestückung von Filialen, Niederlassungen oder Verkaufsstellen managen? Mit „Move“ haben Sie einen „erstklassigen Helfer“, der auch bei komplexen Abläufen und diversen Beteiligten alles im Überblick hat. Das dürfen Sie auch wörtlich verstehen. Denn „Move“ gibt es auch als mobile Version auf Smartphone oder Tablet-PC.

MOVE[®]
Asset & Roll-Out

4. September 2013
ab 17.30 Uhr
Resort Widenmoos

Expertentreff beim EHI-Kartenkongress

Mobile Wallet. Der Handel handelt!



Die „digitale Geldbörse“ war das Zukunftsthema beim EHI-Kartenkongress in Bonn. Diskutiert wurde dabei aber immer die Frage: „Zu welchen Konditionen?“

Immer mehr Händler befürchten, dass Mobilfunk-, Internet- und Kreditkartenfirmen mit ihren digitalen Geldbörsen sowohl wertvolle Kundendaten abzapfen wie auch überbezahlte Gebühren verlangen können. Deshalb planen in den USA mehr als 30 der führenden Händler eine eigene Mobile Wallet.

Die digitale Briefschicht vom Handel soll dafür besorgen, dass die Payment-Anbieter sich nicht zwischen den Handel und den Kunden schieben können. Die Kundendaten gehören definitiv dem Händler.

Der britische Händler Tesco hält M-Payment via NFC für unbrauchbar – da zu kompliziert und zu wenig Mehrwert. Ausserdem seien zu viele Parteien involviert, was die Umsetzung erschwert. Man arbeitet an einer digitalen Geldbörse, die Marketing- und Kundenbindungsaspekte in den Fokus stellt.

Data Connect Fachforum Retail-Business „Innovationen am Verkaufspunkt“

Der Handel mit seinen Verkaufspunkten muss sich immer wieder neu erfinden bzw. nach Innovationen Ausschau halten, um dem Kunden Vorteile gegenüber anderen Anbietern zu bieten, den Umsatz und die Marge zu verbessern, aber auch um der zunehmenden Informationsflut gerecht zu werden. Was bedeuten diese Anforderungen für einen Grossverteiler, ein Vending-Unternehmen mit „Klein-Kiosken“ und für ein Fashion-Unternehmen? Diesen Fragen wird das Fachforum nachgehen.

Retail-Experten im Resort Widenmoos:



August Harder,
Leiter Informatik,
Coop Genossenschaft



Tomasso Morello,
Business Intelligence
Specialist, Guess Inc.



Thomas Nussbaumer,
Managing Director
Region Central,
Selecta Group



Resort Widenmoos

**Holen Sie sich wertvolle Anregungen und Tipps.
Seien Sie unser Gast. Melden Sie sich jetzt an!**

- Programminfo auf www.dataconnect.ch
- Per E-Mail: event@dataconnect.ch
- Per Telefon: +41 (0)61 756 96 36
- Per Telefax: +41 (0)61 756 96 35