

INGLOT

ZAGWARANTOWANIE OFERTY NA MIARĘ POTRZEB NOWOCZESNYCH KOBIET I INTEGRACJA SPRZEDAŻY Z SYSTEMEM PRODUKCYJNYM TO GŁÓWNE ZADANIA W ZARZĄDZANIU SIECIĄ HANDLOWĄ INGLOT.

Klient

- Inglot to uznana marka o globalnym zasięgu, z historią sięgającą lat 80-tych.
- Ponad 180 sklepów w Polsce. www.inglot.pl

Asortyment

- Kosmetyki kolorowe dla współczesnych kobiet.

Wyzwanie

- Komunikacja salonów z centralą w czasie rzeczywistym.
- Zoptymalizowanie procesów logistycznych wewnątrz sieci.
- Rozbudowane zarządzanie ceną i promocjami.
- Wprowadzenie programu lojalnościowego.
- Integracja z działającym systemem produkcyjnym, finansowo - księgowym oraz sklepem internetowym.

Rozwiązanie

- NTSwincash Back Office
- NTSwincash Logistics
- NTSwincash POS

Korzyści

- Bogate narzędzie do tworzenia akcji promocyjnych.
- Uruchomienie programu lojalnościowego.
- Wzrost wydajności procesów logistycznych.
- Kontrola stanów magazynowych sklepów z pozycji centrali.
- Skuteczna integracja z systemami zewnętrznymi.

Inglot

Firma Inglot to jeden ze światowych liderów w produkcji i sprzedaży kolorowych kosmetyków. Jej początek datuje się na lata 80 – te a pierwszą kolekcję stanowiły lakiery do paznokci. W dalszej kolejności w ofercie pojawiły się cienie do powiek i pomadki do ust. Dziś markę Inglot charakteryzuje bogaty wachlarz dostępnych kolorów, różnorodność i wysoka jakość oferowanych produktów oraz umiejętność odpowiedzenia na potrzeby wymagających klientek. Najlepszym przykładem jest dostosowanie oferty produktowej do różnych rynków na całym świecie oraz niezwykle popularny i ceniony, unikalny Freedom System, który umożliwia dowolne łączenie ulubionych kolorów cieni do powiek, pudrów, róży do policzków, pomadek, korektorów i produktów do brwi.

Kluczową decyzją firmy była rezygnacja z dystrybucji poprzez znane sieci drogeryjne oraz oparcie sprzedaży na własnych salonach.

W 2006 roku od otwarcia salonu franczyzowego w Montrealu w Kanadzie rozpoczęła się zagraniczna ekspansja firmy. Dziś produkty pod marką Inglot dostępne są w 600 salonach działających w 80 krajach na głównych ulicach i najlepszych centrach handlowych. Globalny charakter marki przejawia się w zaangażowaniu w międzynarodowe pokazy makijażu (The Makeup Show, IMATS), produkcje telewizyjne, musicale broadwayowskie czy imprezy Fashion Week w światowych stolicach mody.

Wybór systemu

Decyzja o budowie własnej sieci sprzedaży wiąże się z koniecznością samodzielnego zarządzania ceną i budowania atrakcyjnej oferty promocyjnej. Równocześnie kluczową kwestią jest absolutna wiedza o stanach magazynowych salonów z pozycji centrali i umiejętność ich uzupełniania poprzez skuteczną logistykę. Aby było to możliwe, firma zdecydowała się na zainwestowanie w nowoczesny system informatyczny.

„Od początku działania firmy chcieliśmy mieć wpływ na wszystkie etapy związane z produkcją i sprzedażą naszych produktów. Dodatkowo wybór modelu sprzedaży, który przyjęliśmy wymusza na nas kontrolę nad tym, co dzieje się w naszej sieci handlowej. Do tego potrzebowaliśmy niezawodnych narzędzi” – wyjaśnia Zbigniew Inglot, Prezes Zarządu Inglot Sp. z o.o..

Istotnym elementem była konieczność zintegrowania systemu do zarządzania siecią handlową z istniejącym już w firmie systemem produkcyjnym oraz finansowo – księgowym.



Realizacja i wdrożenie

Po długim i żmudnym procesie wyboru Inglot zdecydował się na system NTSwincash, którego producentem i dostawcą jest Commit Polska. Projekt wystartował we wrześniu 2014 roku, a pierwsze sklepy działały na systemie już w styczniu 2015 roku. Ostatecznie system został wdrożony w całej sieci, czyli w ponad 130 sklepach i na 20 stanowiskach w centrali do końca 2015 roku. Wdrożono moduły: NTSwincash Back Office, NTSwincash Logistics, NTSwincash POS.

Moduł Back Office pozwala na zarządzanie kartotekami, cenami, promocjami i programem lojalnościowym. W module NTS Logistics znajdują się mechanizmy do zarządzania procesami zatowarowania i dotowarowania sklepów. Wsparciem dla logistyków są tu indywidualnie przygotowane algorytmy służące optymalizacji zatowarowania salonów.

NTS POS pozwala na szybką i sprawną obsługę sprzedaży w sklepie. Zarządzanie sprzedażą poprzez sieć handlową wiąże się ze skuteczną komunikacją systemu sprzedażowego z produkcją, co zostało w trakcie projektu zrealizowane. Oprócz integracji z zewnętrznym systemem produkcyjnym system NTSwincash został zintegrowany z systemem finansowo-księgowym, z operatorem kart podarunkowych oraz ze sklepem internetowym.

W wyniku wdrożenia NTSwincash firma Inglot zyskała nowoczesne narzędzie do centralnego zarządzania sprzedażą poprzez sieć handlową i sklep internetowy.



„SYSTEM NTSWINCASH POZWOLIŁ NAM SKUTECZNIE ZARZĄDZAĆ NASZĄ SIECIĄ HANDLOWĄ Z POZYCJI CENTRALI. POZYSKALIŚMY NARZĘDZIE, KTÓRE DAJE NAM ABSOLUTNĄ WIEDZĘ O TYM, CO DZIEJE SIĘ Z TOWAREM W NASZYCH SALONACH A POPRZECZ WPROWADZENIE ELEMENTÓW AUTOMATYZACJI ZATOWAROWANIA SALONÓW MOŻEMY TĘ WIEDZĘ PRZEKŁADAĆ NA REALNE DZIAŁANIA. NIEZWYKLE WAŻNYM KROKIEM BYŁO ZAPROPONOWANIE NASZYM KLIENTKOM PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO CO ZWIĄZANE BYŁO Z WDROŻENIEM SYSTEMU NTSWINCASH”. Zbigniew Inglot, Prezes Zarządu Inglot Sp. z o.o.