



Costcutter stroomlijnt schapetikettering om de verkoop en klantervaringen te verbeteren

Costcutter, Culverstone Green heeft Electronic Shelf Labeling (ESL) geïnstalleerd om de productprijzen automatisch bij te werken, het vertrouwen van de klant te verbeteren en de verkoop te verhogen.

„De ESLs hebben onze promotionele activiteit hoger geduwd in een tijd waarin dit nog belangrijker is voor de klanten.“

Peter Juty,
eigenaar van Costcutter,
Culverstone Green

Client – Costcutter
Locatie – Culverstone Green

Challenge

Om de snelheid en efficiëntie van prijsupdates te verbeteren, zodat Costcutter concurrerend kan blijven met prijsmatches en promoties. Om het aantal onjuiste prijskaartjes als gevolg van menselijke fouten te verminderen en het vertrouwen van de klant in de winkel te verbeteren.

Challenge

Om een ESL-oplossing te gebruiken, kan het Costcutter-team de prijzen binnen enkele minuten automatisch bijwerken. Het vertrouwen van klanten in de winkel is verbeterd en Costcutter kan de verkoop blijven stimuleren door middel van promotionele activiteiten.



Costcutter Culverstone Green is een familiebedrijf dat zijn semi-landelijke gemeenschap en voorbijgangers al meer dan vijftien jaar op de huidige locatie bedient.

Om concurrerend te blijven met de dichtstbijzijnde winkels, biedt de 2.600 ft-winkel consequent prijsgematchte goederen en promotieartikelen, naast het geïntegreerde postkantoor en de off-licentie.

Peter Juty, de eigenaar van de winkel, verklaart: „De dichtstbijzijnde supermarkt bij onze Costcutter-winkel ligt op slechts tien mijl afstand, dus het is belangrijk om concurrerend te blijven. De kostprijs komt overeen met hun goederen, zodat we onze klanten kunnen voorzien van de goede kwaliteit artikelen die ze nodig hebben tegen concurrerende prijzen.“

Om consistentie in hun prijsmatching te garanderen, stuurt Costcutter een wekelijkse update naar zijn winkels met het aantal producten dat prijswijzigingen vereist. Meestal resulteert dit in tussen de 30-100 prijswijzigingen, wat een medewerker een volledige ochtend kan kosten om bij te werken bij het gebruik van papieren labels. Daarnaast brengt Costcutter drieweekelijkse promoties uit. Dit omvat tussen de 200-300 items, die maximaal drie personeelsleden tot twee dagen in beslag nemen.

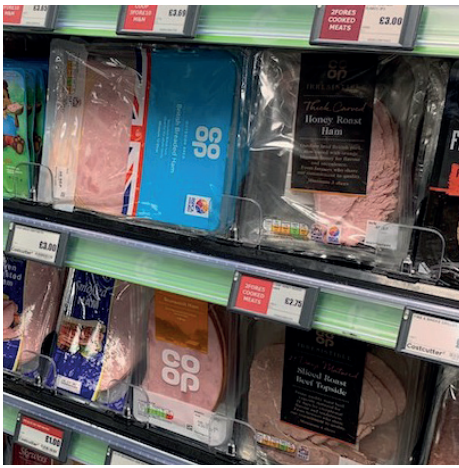
„Het is tijdrovend en zelfs als je denkt dat je elk label hebt, mis je er altijd een paar“, zegt Juty. „Dergelijke fouten zouden ertoe leiden dat onze klanten steeds meer van streek raken en het vertrouwen in onze winkel verliezen. Als we bijvoorbeeld een artikel voor £ 1,50 op de winkelvloer hadden gepromoot, maar de kassa £ 2 in rekening bracht, zou de klant denken dat we ze probeerden af te zetten. Dit kwam echter vaak omdat de promoties klaar waren en het product terug was naar zijn normale prijs, maar het schaplabel niet was bijgewerkt. „

„Mijn klanten raken gewend aan een nieuwe manier van winkelen“

Om het verlies aan vertrouwen van de klant te beperken, heeft de winkel zich ingezet om het aantal discrepanties tussen de papieren etiketten op de werkvloer en de kassaprijs te verminderen. In sommige gevallen resulteerde dit erin dat producten onder de aanbevolen verkoopprijs werden verkocht.

Juty merkt op: „Dit was vooral een probleem tijdens COVID 19 toen we simpelweg niet de tijd en de mankracht hadden om de prijslabels te veranderen. Op een gegeven moment resulteerde dit erin dat 850 artikelen werden verkocht voor minder dan de adviesprijs. Op dit vlak hebben we in deze periode veel marge verloren“.



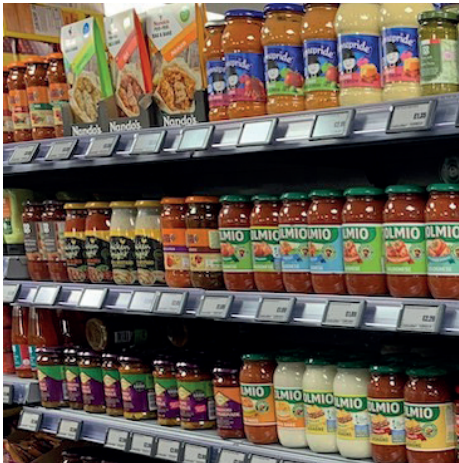


Een automatische oplossing

Peter Juty besloot dat een voordelige oplossing voor het papieren etiketteersysteem van de winkel de implementatie van een Electronic Shelf Labelling-oplossing (ESL) was. De ESL-oplossing koppelt aan costcutter's Culverstones core prijsbeheersysteem en wordt centraal aangestuurd via een computer in de winkel. Vanuit het prijsbeheersysteem kunnen aangewezen gebruikers de prijs van afzonderlijke producten bijwerken. Vervolgens repliceert het systeem deze update automatisch door het elektronische schapetiket voor het product op de winkelvloer te wijzigen.

Dit resulteert in een 100% vermindering van menselijke fouten bij het wijzigen van de productprijzen en een tijdsbesparing van 80% op labelupdates.

„Panasonic voltooide de installatie in één dag en liet ons zien hoe het systeem werkte. Ik was onder de indruk van hoe gemakkelijk het systeem te gebruiken was - de service van Panasonic was uitstekend“, aldus Juty.



„Tegen 7.30 uur de volgende dag zagen we al een grote verandering in de winkel toen 150 labels op de winkelvloer automatisch waren veranderd. Deze onmiddellijke update van de prijsetiketten heeft de efficiëntie van de winkel verbeterd. Omdat we dagelijks een zware bezoekersaantallen hebben, maakt dat het systeem zeer de moeite waard.“

„Visuele promoties hebben een toename van productaankopen beïnvloed“

Een verbeterde winkelervaring

Door het proces van productetikettering te stroomlijnen, heeft Costcutter Culverstone de aanzienlijke verbeteringen in het personeel en de klantervaring opgemerkt.

„Het systeem heeft mijn winkel echt verbeterd. Mijn medewerkers werken meer zelfvertrouwen aan de kassa's omdat ze zich minder zorgen maken over eventuele fouten tussen de prijs op de werkvloer en de kassaprijs“, aldus Juty.

„Nu kunnen ze de tijd besteden die ze zouden hebben besteed aan het bijwerken van de papieren etiketten om zich meer te concentreren op de behoeften van de klant. Er zijn minder meningsverschillen over productprijzen en dit leidt tot een sterkere relatie tussen personeel en klanten. De klanten houden ook van het uiterlijk van de labels. De promoties zijn heel gemakkelijk te identificeren omdat het label van wit naar rood zal veranderen. Daardoor raken mijn klanten gewend aan een nieuwe manier van winkelen.“

„Het is duidelijk dat er op lange termijn voordelen zijn voor het systeem“

Juty vervolgde: „In de wijnsectie hebben visuele promoties bijvoorbeeld een toename van productaankopen beïnvloed. De ESLs hebben onze promotionele activiteit hoger geduwd in een tijd waarin dit nog belangrijker is voor de klanten.“





Omzet verhogen

De geschatte impact is een toename van de toekomstige omzet van Costcutter met maximaal 10%. Juty: „Hierdoor is de terugverdientijd van het personeel dat we hebben bespaard en de toegenomen verkoop een stuk sneller dan ik me had voorgesteld. Panasonic schatte dit op zo'n drie jaar, maar met de huidige omzet verwacht ik dat dit dichterbij 1 1/2 jaar zal liggen. Dit maakt ESL een winnaar rondom en een permanente oplossing voor de lange termijn voor winkels met een hogere omzet".

Reageren op COVID 19

Als reactie op de COVID 19-uitbraak heeft Peter Juty ook nagedacht over de voordelen die het ESL-systeem zal bieden bij het aanpassen aan de toegenomen druk op essentiële winkels.

Juty zei: „Ik wou dat ik het systeem had vóór de COVID-uitbraak. Het zou het een stuk makkelijker hebben gemaakt om alles bij te houden en de verkoopprijzen bij te werken. We hadden een inconsistent aanbod van voedsel dat binnenkwam omdat we probeerden te bestellen wat beschikbaar was. We speelden ook in op nieuwe vraag naar producten zoals bakproducten."

„Ik was onder de indruk van hoe gemakkelijk het systeem te gebruiken was"

„Met het ESL-systeem hadden we deze labels automatisch kunnen bijwerken en ervoor kunnen zorgen dat ze correct werden verkocht tegen een aanbevolen verkoopprijs." Juty vervolgde: „Terwijl we reageren op de uitbraak na de lockdown, profiteert het ESL-systeem echter al van het sociale afstandsbeleid van de winkel. We moeten het aantal klanten en personeel op de werkvloer beperken en nu we niet tot drie mensen nodig hebben om de prijzen te wijzigen, hebben we meer ruimte voor onze klanten om binnen te komen. Dat is een groot voordeel voor de ervaring van onze klanten en onze omzet".

Hoewel in de beginfase, is ook de toekomst van de impact van de ESL op marketingtechnieken overwogen. Juty stelt: „Je kunt elke gewenste informatie aan het label toevoegen. Op Valentijnsdag kan het etiket bijvoorbeeld een foto van een liefdeshart bevatten en een eenvoudige boodschap die zegt dat het product een ideaal cadeau is voor een valentijn. Dit werd getest in een andere winkel en het resultaat was een omzetstijging van maximaal 100% op dergelijke producten. De ESL's zullen ons veel flexibiliteit en potentieel bieden om het hele jaar door producten op de markt te brengen, en we kijken ernaar uit om te zien hoe dit onze verkoop zal beïnvloeden."

„We zullen ons waarschijnlijk afvragen waarom we niet eerder in het systeem hebben geïnvesteerd"

De verbeteringen die het ESL-systeem heeft aangebracht in de Costcutter Culverstone-winkel hebben daardoor de efficiëntie van de winkel verbeterd, de klanttevredenheid verhoogd en de verkoop verhoogd.

Juty concludeert: „Hoewel de initiële kosten van het ESL-systeem hoog zijn, is het duidelijk dat er voordelen op lange termijn zijn. Sterker nog, we zullen ons waarschijnlijk afvragen waarom we niet eerder in het systeem hebben geïnvesteerd. Ik zou ESL en Panasonic aanbevelen aan andere winkels en kijk ernaar uit om te zien wat we ermee kunnen bereiken".

Hagenauer Straße 45
65203 Wiesbaden
Germany

 business.panasonic.co.uk/solutions/

integratedsolutions@eu.panasonic.com
 +49 611 235 320

Panasonic
CONNECT