



CASE STUDY

**Londis DCU tworzy centrum  
doskonałości technologicznej w branży  
handlu detalicznego**

## Wyzwanie

Stworzenie wydajnego i wciągającego środowiska zakupowego w sklepie przyszłości Londis DCU.

## Rozwiązanie

Wprowadzenie hybrydowych projektorów oświetleniowych, systemu elektronicznych etykiet cenowych oraz technologii automatycznego monitorowania stanów magazynowych.

*"„Dzięki projektorom Space Player mogę wyświetlać prezentacje cyfrowe w dowolnym miejscu w sklepie. Stanowią dodatkowe źródło dochodów, ponieważ możemy reklamować i promować produkty zarówno wewnątrz sklepu, jak i na jego elewacjach”."*

---

### Donald Christian

Retail Manager

DCU



Firma Londis otworzyła w samym sercu kampusu uczelni Dublin City University najbardziej zaawansowany technologicznie i przyjazny dla środowiska sklep spożywczy w Irlandii.

Prace nad sklepem koncepcyjnym, prowadzone w ramach formalnej współpracy między uczelnią DCU a BWG Foods, macierzystą spółką firmy Londis, trwały ponad rok.

Wsklepie zastosowano zaawansowaną technologicznie centralną platformę informacyjną, która nieustannie monitoruje ruch w sklepie. Pozwoliło to poprawić wydajność, obsługę klienta i w końcowym rozrachunku zwiększyć rentowność sklepu.

„Przy użyciu najnowszej i najbardziej zaawansowanej technologii do zwiększania sprzedaży chcieliśmy stworzyć sklep przyjazny dla środowiska” — powiedział Donald Christian, kierownik sprzedaży w DCU. „Sklep stanowi nie tylko spełnienie potrzeb lokalnych studentów. To także placówka pokazowa możliwości irlandzkiego rynku sprzedaży detalicznej. Chcemy, aby inni irlandzcy sprzedawcy detaliczni mogli poznać nasze pomysły, kopiować je i doskonalić. Jeśli dzięki nam irlandzki rynek sprzedaży detalicznej na dłuższą metę będzie sprawniejszy i bardziej dochodowy, będzie to oznaczać, że wykonaliśmy założenia naszego planu”.

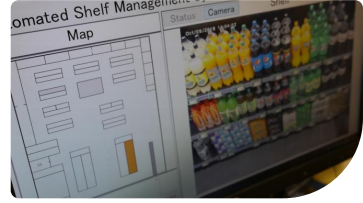
Wsklepie wykorzystano różne technologie firmy Panasonic przeznaczone na potrzeby sprzedaży detalicznej.

Trzy hybrydowe projektory oświetleniowe SpacePlayer™ odpowiadają za prezentacje inajwyższej klasy projekcje wyświetlane na specjalnych ścianach w sklepie. Można je zamontować na standardowych szynach oświetleniowych, dzięki czemu są niesłychanie wszechstronne.

„Wykorzystaliśmy projektor SpacePlayer™, aby zapewnić nieco wrażeń kinowych” — powiedział Donald Christian. „Dzięki niemu mogę wyświetlać prezentacje cyfrowe w dowolnym miejscu w sklepie. Stanowi dodatkowe źródło dochodów, ponieważ możemy promować produkty zarówno wewnątrz sklepu, jak i na jego elewacjach.

Następny krok to zaangażowanie samych klientów. Możemy stworzyć aplikację, dzięki której studenci DCU będą mogli zdalnie skomponować i zamówić pizzę oraz za nią zapłacić. Projektor SpacePlayer™ wyświetlałby wizualizację, następnie w aplikacji byłby pokazywany czas oczekiwania na odbiór pizzy w sklepie”.

Oświetleniem wewnątrz sklepu zajęła się firma Domus Projects Ireland — niszowe przedsiębiorstwo z siedzibą w Dublinie. „Uczelnia DCU zażądała od nas najnowszych zdobyczy ze świata technologii oświetleniowej” — powiedział dyrektor zarządzający, Jim Whelan. „Poza projektorami SpacePlayer™ dostarczyliśmy oświetlenie z funkcją zmiany koloru, którym można sterować za pomocą aplikacji. Dzięki temu pracownicy mogą zmieniać kolor oświetlenia, aby dostosować je do produktów, które chcą w danej chwili promować. Jasna biel dobrze współgra z owocami i warzywami, natomiast do pieczywa lepiej pasują kolory nieco przytłumione”.



„Myślę, że Irlandia jest swoistym centrum, jeśli chodzi o najwyższe standardy na rynku sprzedaży. Projektor SpacePlayer pojawił się w czasie, gdy kilka większych sieci sklepów szuka czegoś nowego. To ekscytująca możliwość z ogromnym potencjałem.

Dostawcy zaczęli wynajmować przestrzeń reklamową wyświetlaną z projektora SpacePlayer™. Pierwsza transakcja opiewała na kwotę bardzo zbliżoną do kwoty zakupu urządzenia, można więc powiedzieć, że jego koszt zwrócił się już po jednej transakcji” — dodał Donald Christian.

Firma Londis zainstalowała w sklepie inteligentną platformę — złożone rozwiązanie o wysokich parametrach, służące do aktywnego monitorowania stanu asortymentu na półkach. System automatycznego monitorowania stanu asortymentu na półkach (ASM) powstał jako efekt współpracy firmy Panasonic z firmą SES-imagotag. Jego elementami składowymi są kamery CCTV, geolokalizowane cyfrowe etykiety cenowe oraz narzędzia do analizy wideo, które pozwalają automatycznie wykryć brak towaru w czasie rzeczywistym.

System może w czasie rzeczywistym powiadamiać personel o potrzebie uzupełnienia towaru na półkach, ale to nie wszystko. Może też łączyć się z systemami do zamawiania towaru i automatycznie zamawiać dodatkowe zapasy według potrzeb.

Częścią inteligentnej platformy jest system centralnie sterowanych cyfrowych etykiet cenowych, który pozwala zdalnie zmieniać ceny produktów w czasie rzeczywistym. Usprawnienie dynamicznej zmiany cen pozwala też na modyfikację cen w ciągu dnia w celu zminimalizowania strat świeżych produktów spożywczych i zwiększenia przychodów. Cyfrowe etykiety cenowe będzie również można obsługiwać na smartfonach. Oznacza to, że klienci będą mogli na swoich smartfonach wyświetlać informacje o produktach i zapisywać swoje preferencje.

„To ogromna oszczędność czasu” — powiedział Donald Christian. „Na przykład zmiana cen na tysiącu etykiet, która normalnie zajęłaby około 15 godzin pracy, teraz trwa zaledwie 15 minut”.

„Jeśli chodzi o system ASM, oszczędność czasu jest ogromną zaletą. Wymaga to zmiany zachowań naszych pracowników, umożliwiając im bardziej proaktywne działania w zakresie uzupełniania stanu towarów na półkach zamiast konieczności likwidowania stanów zapalnych. Gdy otrzymujemy z systemu oznaczone na pomarańczowo ostrzeżenia, możemy uzupełnić stan towaru na półkach. W ten sposób unikamy sytuacji, w której zamówienie klienta realizowane jest z poziomu magazynu, co stanowi mało efektywny sposób dysponowania czasem”.



„Wszystkie nasze technologie służą temu, aby nasi pracownicy spędzali więcej czasu w przestronnym sklepowej, zapewniając naszym klientom lepszą obsługę. Jeśli zaoferujemy pełną dostępność, klienci do nas wrócą. Jeśli będziemy w stanie zapewnić doskonałą obsługę, klienci do nas wrócą. Te dwie kwestie uzupełniają się nawzajem”.

„W naszej firmie nieustannie szukamy nowych możliwości podniesienia standardów obsługi klienta. Uważamy, że w ramach tego eksperymentu stworzyliśmy nowy model sklepu, który pozwoli sprzedawcom detalicznym wyróżnić się na tle konkurencji i spełnić nieustannie zmieniające się potrzeby i oczekiwania zróżnicowanej bazy klientów na rynku sprzedaży artykułów spożywczych” — powiedział Conor Hayes, dyrektor ds. sprzedaży w firmie Londis, wyrażając swoją opinię na temat nowego sklepu.

**„To ogromna oszczędność czasu. Zmiana cen na tysiącu etykiet, która normalnie zajęłaby około 15 godzin pracy, teraz trwa zaledwie 15 minut.”**

Partnerska współpraca firmy BWG Foods (spółki macierzystej firmy Londis) i DCU Innovation nie ogranicza się do nowego sklepu Londis na terenie kampusu, lecz obejmuje także badania i testy nowych technologii, które można wdrożyć do sklepów w przyszłości, zmieniając w ten sposób model obsługi klienta. W ramach tej współpracy nowe koncepcje będą testowane i wdrażane w całym łańcuchu dostaw i rozległej sieci sklepów firmy BWG.

Donald Christian, kierownik ds. sprzedaży w DCU, dodał: „Bardzo chcę udoskonalić branżę handlu detalicznego w Irlandii, pokazując najlepsze standardy i technologie. W końcowym rozrachunku nie miałyby to jednak sensu, gdybyśmy nie zwiększali obrotów. Musimy osiągać zyski. Jestem pewien, że technologie zastosowane w naszym nowym sklepie pomogą je uzyskiwać”.

