

本报讯 栗洁 自超市发连锁在学院路门店推行数字化小票开始近两个月的时间,这种数字化的管理手段已初显成效。据了解,近年来,数字化管理越来越为商业人士所重视,只因它能切实为行业带来变革的先机,让商家更有效地进行管理,提高商业企业的竞争力。

数字化赋能传统商超 注入转型新活力

超市发53家门店推广使用数字小票

今年2月,超市发学院路店开始试水电子小票。据了解,在试运行了近两个月的时间后,取得了不错的成效,仅机打纸一项的开支就较之前节省了三分之二。

超市发学院路店的收银台上新增了一台智能显示屏。消费者结账时,可以通过这个屏幕清晰地看到购物信息,同时屏上会出现二维码,并发出语音提示,顾客扫描后就能获取数字小票,在手机端查看所购商品明细。

据超市发学院路店负责人介绍,目前,不少顾客已逐渐接受了数字小票的使用。数字小票上线一周时统计,超市发每个收银台的打印纸均节省三分之二,若全部实行无纸化,每年每台能节省约2000元的耗材费用。以学院路店为例,12个收银台每年节省打印费用2—3万元。对于不方便领取数字小票的顾客(比如老年顾客),纸电支付打印机也支持一键打印纸质小票,既符合国家关于“适老化设计”的要求,又贴合超市发做“有温度的零售商”的初心。

另据了解,超市发6月将在所属53家门店内全线使用数字小票。此外,数字小票消费即会员功能也计划在超市发开启,消费者领取数字小票即可同步成为超市发的会员,将大大提升超市发的会员转化。同时,计划打通数字小票与旗下鲜到家、券商城等会员服务小程序的关联,消费者线下领取数字小票即可激活成为线上客户,大大强化对会员的即时数字化服务与营销,进一步助力超市发实现线上线下融合经营。

便利店数字化管理助力线下急速扩张

众所周知,传统便利店都面临着门店数量与总部管理成本成正相关的问题,并且存在瓶颈点。即开到一定门店数量,总部的管理成本将呈指数级上升,最终在达到边界值之后,门店越多反而导致总体利润越低,甚至亏损。针对这一难题,便利蜂算法科学家刘晓龙给出的回答是:用数字和AI驱动。

便利蜂运用现代数字化管理手段为便利店注入全新生力,支撑线下急速扩张。2020年12月8日,便利蜂在2021年供应商大会上宣布,预计门店数量到2021年将突破4000家,到2023年将达到1万家。刘晓龙在供应商大会上展示了“便利蜂的现代数字化便利店解决方案”。这个方案从始至终由AI概念贯穿,甚至出现“AI情报员”“AI先知”“AI店长”“AI监督员”等高科技字眼,一时间很难与便利店联系在一起,实际上却息息相关。

“进入现代数字化便利店时代,AI可以代替店员的重复体力工作,帮助我们探索便利店运营问题的最优解。”刘晓龙解释说,“例如,传统便利店迅速扩张还面临另一个难题,那就是优质店长的稀缺,这是过度依赖人的结果。便利蜂的解决方案是推出‘AI店长’,协助店长完成选品、订货、陈列、促销、人效、生产计划等工作,以便寻找门店销售、运营质量、人力成本和废弃成本的最优解。便利蜂做了实验,使用‘AI店长’自动订货,比最有经验的店长准确度至少高40%。”

另据了解,便利蜂门店所有短保商品(保质期在24—72小时)都使用电子价签,“AI店长”根据供求关系实时定价,无须店长人工介入。这种操作模式成效显著,一方面为便利蜂提升了30%左右的收益,另一方面缓解商品过期造成的浪费,受到商家和消费者的认可和欢迎。

商家不断试行数字化管理

虽然不少商超还没有完全运用数字化手段开展全面管理,但是也意识到了其重要性和便利性,开始频繁试水。例如,2018年,超市发在多家门店内上线了无人收银系统。消费者可以自行对商品进行扫码结算,免去了收银台客流多时排长队的现象。而七鲜、盒马等多家线下超市也都已采用这种形式。

当人们在商场、超市或者便利店购物时,除了关注商品本身外,可能更加关注价格。纸质价签丢失或者标价模糊,收银结算时被告知价格有误;商品价签未及时修改导致打折商品原价销售等问题频繁出现,给顾客带来这样那样的困扰。这些都是纸质价签惹的祸,而电子价签未来将是这类问题的克星。只要通过后台变动,商品的价签、收银台系统等设备便可一起变更价格。电子价签可以实时自动变价,促销活动也会随时发生。

另外,翠微、超市发等大型实体百货零售业,对于先进技术的应用包括赋予电子价签的新功能,如营销功能、管理功能、信息收集点等方面也在不断尝试。

互联网电商盛行的时代,零售业竞争越发激烈,企业运营成本压力加大的背景下,零售商业智能化发展就显得尤为重要。就行业发展趋势来看,未来数字化管理方案将可能为商家提供更好的支持,增强其在行业内的竞争力。

盒马X会员店进京 会员制超市 前浪后浪激战南城

本报讯 北京即将迎来首家盒马X会员店。4月15日获悉,盒马X会员店北京首店、上海二店将于6月18日开业。据了解,盒马X会员店北京首家门店位于大兴区北京爱琴海购物公园地下一层,占地面积约17000平方米,全部采用仓储式货架。商品SKU数量约3000个,其中自有商品占比超过40%,并推出自有品牌“盒马MAX”。

据盒马X会员店总经理蔡荣鸿介绍,北京的X会员店在商品、配送等多方面,围绕中国大众特别是北京消费者的需求,进行本地化改良。“相比之下,我们更懂中国人的胃,也更懂中国的家庭,所以商品也更具有本地化属性。”蔡荣鸿表示。

事实上,随着去年10月盒马X会员店在上海开出首家门店,国内仓储式会员店已出现三足鼎立的格局。据了解,盒马X会员店北京首店与亦庄山姆门店仅相隔11公里,盒马20公里的配送范围刚好覆盖亦庄山姆所在的区域。这也意味着作为后浪的盒马X会员店将和最早进入中国的仓储式会员店山姆在北京南城展开正面交锋。

盒马总裁侯毅曾表示:“我们希望,今天与COSTCO、山姆正面交锋,能够快速、高效的提升我们自己的能力。盒马的目标是成为一家根植上海的世界级企业。不断拓宽中国新零售的边界和想象力。为了这一个目标,我们毫不犹豫,也一直努力着。”(据《北京商报》)

革新热餐工艺 便利蜂上架 时令蔬菜热餐

本报讯 随着春季到来,本土连锁便利店品牌便利蜂悄然革新了热餐菜品,奶白菜、香椿、笋等应季蔬菜被摆上餐桌。“便利店餐饮是复热服务,肉类、主食等复热后口感变化较小,青菜却很难‘伺候’。为此,便利蜂升级了工艺,引进自动炒锅、调整门店生产计划,力求让消费者尝到口感更好的菜品。”便利蜂相关负责人表示。

便利蜂每2—3周会更新一次菜品。据悉,华北区域的便利蜂在4月新增了3款春季特色菜品,包括炆炒奶白菜、青笋炒肉、香椿炒鸡蛋等。

统计调查显示,有超过半数的消费者,尤其是女性消费者,希望吃到低油低盐的蔬菜类热餐,特别是应季蔬菜。目前,国内仅有少数便利店品牌提供热餐,由于工艺限制,菜品以肉类为主,仅有土豆、豆角、西兰花、包菜等配菜。想在便利店吃到“绿叶菜”不是件容易的事。便利蜂于2021年革新了热餐工艺,引进了全自动炒锅,在门店内也可进行二次翻炒。

“我们将菜品按复热后易损减度分为三大类,严格要求店员必须最后制作最易损减的绿叶菜,缩短从加工到售卖的时间,并在恒温水池以套盘盛放绿叶菜,控制温度,力争每一口都爽脆可口。”便利蜂相关负责人介绍。

上述负责人表示,便利蜂有自己的食品工厂,从采购、制作、配送到销售,严格保证食品安全,并力求不断创新,根据消费者需求调整产品,让消费者能够吃得放心,吃得开心。(中国经济网)