

## Как выбрать кассовый софт: советы от «Пилота»

---

Выбор кассового программного обеспечения (ПО) — нелегкая задача для любого ритейлера. От принятого решения зависит успех бизнеса, победа в конкурентных баталиях, благополучие карьерных перспектив — в том случае, если вы не собственник, а представитель ИТ-отдела.

При этом рынок изобилует количеством предложений: есть кассовый софт для маленьких магазинов, для крупных, специализированное ПО. Как не запутаться в этом множестве и на что обратить внимание при поиске наиболее подходящего варианта читайте в нашей брошюре.



## *Совет 1. Учитывайте формат магазина*

Самое мудрое и первостепенное правило при выборе кассового программного обеспечения: учитывайте формат вашего магазина.

Если продаете продукты, то софт для магазина одежды не подойдет — он не выполнит поставленные задачи, а полезные «фишки» этого ПО будут зря простаивать.

### *Food-ритейл (FMCG)*

Food-ритейл (FMCG) отличается жесткими требованиями к скорости обслуживания, особенно это актуально в часы пиковых нагрузок.

Как следствие, кассовое ПО должно выдерживать темп, обеспечивать высокую пропускную способность и позволять сотруднику магазина оперативно выполнять следующие операции:

- сканирование товара;
- добавление его в чек;
- быстрый расчет акций.

При этом кассир должен производить минимум действий. В итоге в софте для food-ритейла приходится жертвовать привлекательным интерфейсом, вместо стильного внешнего вида на передний план выходит функциональность и понятность для работников. Так, некоторые магазин и вовсе отказываются от монитора кассира, заменяя его двустрочным дисплеем: чтобы сотрудник не отвлекался от производимых действий.



Интуитивная понятность кассового софта важна и потому, что многие магазины прибегают к практике найма персонала. Проводить полноценное обучение этих сотрудников нецелесообразно, поэтому интерфейс ПО должен быть простым и понятным, чтобы новый работник сразу разобрался как пробить чек, принять оплату от покупателя, заменить чековую ленту в фискальном регистраторе.

*Помимо этого, софт для food-ритейла предусматривает, что карты лояльности и купоны в идеале сканируются в чеке, а программа сама пересчитывает результат. Здесь важны скорость чтения, расчета акций и простота работы ПО. А при возникновении сложностей кассиру на экран должно выводиться понятное сообщение, например, «Обратитесь к администратору».*

ИВАН ПУПКИН,

ПРЕДЪЯВИТЕ ЭТОТ КУПОН НА КАССЕ  
И ПОЛУЧИТЕ СКИДКУ 3% НА ВСЮ  
СУММУ ПОКУПКИ!  
ИЛИ ЛЮБОЙ ДРУГОЙ ТЕКСТ.

ВНИМАНИЕ!

КУПОН НАЧИНАЕТ ДЕЙСТВОВАТЬ ЧЕРЕЗ  
ДВА ДНЯ ПОСЛЕ ДАТЫ ПОКУПКИ

ДАТА ПОКУПКИ: 24 ИЮЛЯ 2017 ГОДА.





## *DIY (Do It Yourself — «Сделай это сам») и товары для дома*

Пожалуй, требования к софту в секторе DIY пересекаются с food-ритейлом — требуется оперативность обслуживания покупателей, быстрое сканирование. Но есть и ряд особенностей, отличающих магазины этого формата.

**Во-первых**, в магазинах DIY присутствует значительное количество крупногабаритного товара. До него непросто дотянуться, чтобы отсканировать. Поэтому рабочее место кассира в обязательном порядке должно быть оборудовано ручным сканером штрих-кодов, оснащенный длинным проводом или работающим по технологии Bluetooth.

**Во-вторых**, большое количество ассортимента торговой точки представляет собой весовой товар (гвозди, шурупы, гайки) и товар, продающийся по длине (линолеум, провода, напольное покрытие). Кассовое программное обеспечение обязано уметь работать с такой продукцией.

**В-третьих**, ко многим товарам прилагается информация о составе, способах ухода, эксплуатации. Иногда намного удобнее напечатать эти данные вместе с чеком продажи. Поэтому нужно, чтобы данный функционал поддерживался кассовым ПО.

*Кроме того, кассовое ПО в формате торговли DIY обязательно должно поддерживать быстрый поиск товаров по различным параметрам, например, цвету, материалу, производителю.*



## *Fashion-ритейл*

Fashion-ритейл характеризуется следующими важными особенностями:

- острая сезонная зависимость;
- работа с коллекциями;
- поиск товара на наличие в магазине и на складе.

При этом, в отличие от food-ритейла, скорость обслуживания не первостепенна. Гораздо важнее для этого направления розничной торговли персонализировать предложение. Необходимо, чтобы клиент на кассе сразу же получал ответ, на какую скидку ему рассчитывать, мог ознакомиться с содержанием своего бонусного счета и акциями. Поэтому кассовое ПО в обязательном порядке должно быть оснащено соответствующим модулем.

Кроме того, специализированный софт помогает ритейлеру закупать товары в магазин, доставлять их, контролировать остатки, особенно в разрезе «коллекция», «размер». У кассира должна быть возможность изучить остатки не только в своем магазине, но и в близлежащих, а в идеале и по всей сети; при необходимости нужно иметь возможность зарезервировать товар в соседней торговой точке.

Не менее важны для fashion-ритейла анализ продаж, отслеживание их истории. Поэтому от ПО требуется развитая система отчетности.

*Однако, даже выбирая кассовый софт исходя из особенностей магазина, можно легко совершить ошибку и приобрести ПО, которое не решит поставленные задачи. Как избежать таких ситуаций — читайте дальше.*



## *Совет 2. Не наступайте на чужие грабли.*

Любой человек, долгое время работающий в определенной отрасли, путем проб и ошибок накапливает кейсы, повествующие, как поступить правильно и не набить при это шишек. Ритейл — не исключение. При выборе кассового софта также есть грабли, на которые много раз наступали и, увы, иногда продолжают наступать, различные магазины.

Мы выделили 9 самых распространенных ошибок.

### *Ошибка № 1: Живем одним днем*

Как же это часто бывает: ритейлер выбирает кассовое решение исходя из текущего состояния своего бизнеса. При этом он не желает даже на минуту задуматься о том, а что будет дальше: возможно, через год у него вместо одного магазина будет пять, а то и вовсе сеть выйдет на региональный или федеральный уровень.

Вместо этого он покупает недорогое решение, способное решить задачи только одного магазина. При развитии сети ритейлеру приходится либо за дополнительные, и зачастую очень немалые, средства просить разработчика софта адаптировать его под новые нужды, либо и вовсе перейти на другое ПО. Некоторые выбирают третий вариант — самостоятельно «допиливать» решение, но об этом мы поговорим чуть позже.

## *Ошибка № 2: Главное — дешево*

Нет ничего удивительного и предосудительного в том, что все мы, принимая решение о покупке, учитываем ее стоимость. Но вот действительно ли нужно сильно экономить и выбирать «спартанское» ПО? Да, при открытии одного маленького магазина оно вполне себя оправдывает. Однако и в этом случае стоит обратить внимание на функционал решения. В противном случае складывается следующая ситуация: вроде бы ПО оказалось недорогим, но при росте бизнес-процессов оно либо вовсе отказывается функционировать, либо работает со скрипом. Поэтому его приходится дорабатывать и, соответственно, оплачивать эти работы. После очередной модернизации становится понятно, что, если суммировать все затраты, то стоимость изначально дешевого софта выросла в цену выше дорогого решения. Плюс, пришлось потратить много времени и нервов на его доработку.

## *Ошибка № 3: Своими руками*

А вот и еще одна анонсированная нами выше ситуация: ритейлер решил самостоятельно разработать кассовое программное обеспечение. Он набирает команду программистов, зачастую, не обращая внимание на то, есть ли у тех опыт в ритейле или нет. Поддерживать внутренний отдел — дорогое удовольствие: нужно содержать рабочие места, платить зарплату, налоги. Но это не самое печальное: со временем его сотрудники становятся монополистами софта — ушла команда, ушли все знания по кассовому ПО, которое уже настолько вросло в бизнес-процессы, что заменить его крайне проблематично. В итоге магазином управляет, по сути, не владелец, а руководитель ИТ-отдела: он решает, будут ли реализованы те или иные пожелания бизнеса в софте или нет.



**ЗАКРЫТО**

### *Ошибка № 6: Только онлайн*

Существуют кассовые решения, которые позволяют обслуживать покупателей магазина лишь в том случае, если у кассы есть онлайн-связь с сервером. В противном случае, когда она не видит сервер, можно смело вешать на дверь табличку «Закрыто» — дальнейшую работу торговая точка продолжить не сможет. А представьте, если этот момент пришелся на «час пик», когда больше всего клиентов и, как следствие, выше всего продажи. Поэтому важно, чтобы кассовая программа, даже потеряв связь с сервером, могла продолжить работу.

### *Ошибка № 7: А зачем маркетинг?*

Сегодня различные программы лояльности получили широкое распространение: редко какой ритейлер обходится без них. Однако не все владельцы бизнеса, открывая магазин, учитывают при выборе кассового ПО маркетинговую составляющую. И покупают софт, который не умеет назначать скидки, не позволяет проводить акции, например, «Купи три продукта по цене двух». В результате ритейлер либо теряет покупателей, поскольку не может бороться за них наравне с конкурентами, либо вынужден платить за доработку ПО.





### *Ошибка № 8: По разные берега реки*

Ряд ритейлеров, покупая кассовый софт, не учитывают, что решению предстоит взаимодействовать не только с самой кассой, но и с внешними устройствами, например, с фискальными регистраторами, сканерами штрих-кодов, весами. В итоге получается такая ситуация: ПО установлено, оборудование закуплено, а вот взаимодействовать между собой они отказываются.

### *Ошибка № 9: Натянуть колготки на руки*

Иногда ритейлеры, выбирая кассовое ПО, останавливаются на решениях, не подходящих их сфере бизнеса: например, для продуктового магазина покупают fashion-софт. В результате программное обеспечение не справляется с интенсивностью работы, а его многочисленный маркетинговые инструменты простаивают без дела.

*Выбирая кассовое ПО, учтите перечисленные ошибки и постарайтесь не наступить на эти грабли: зачем на ровном месте усложнять собственный бизнес?*

# Технические моменты



Выбирая кассовое ПО, обязательно **обращайте внимание на наличие инструментов интеграции с внешними системами** (например, системами товародвижения). В идеале, они должны обладать гибкостью, и при развитии бизнеса софт можно было бы настроить без программирования.



Еще один важный момент: используемое **общесистемное ПО**, в частности, операционная система. Многие ритейлеры, выбирая кассовый софт, не знают, какому отдать предпочтение — тому, что работает на Windows, или тому, который поддерживает Linux.



Приобретая решения на **Windows**, придется заплатить за лицензию, поскольку речь идет о коммерческой операционной системе. Однако все производители оборудования ориентируется именно на нее, а потому и не придется тратить деньги и время на настройку необходимых устройств.



**Linux** дает экономию на кассовых лицензиях, потому что эта ОС — бесплатная. С другой стороны, решения на ней не так гибки в настройке нового оборудования.

# Лояльная лояльность

Любой, абсолютно любой кассовый софт должен уметь работать с программами лояльности. А их может быть несколько: чаще всего выделяют дисконтную и балльную систему. Рассмотрим их чуть подробнее.

## *Дисконтная система*

Особенность дисконтной системы заключается в том, что маркетинговая кампания, построенная на ней, предпочтительнее для магазинов, продающих продукты и товары повседневного спроса. Почему же именно она?

У таких ритейлеров высокая конкуренция и небольшая маржа на многие продукты. Их клиенты принимают решение о покупке, отталкиваясь от цены товара. Они не так долго думают, поэтому необходимо привлечь их не какими-то последующими накоплениями, а предоставлением прямой скидки на товар или группу товаров.

Как правило, обычно скидки в дисконтной системе лояльности составляют от 3 до 7%. При этом некоторые ритейлеры используют дисконтно-накопительную систему — то есть, скидка в зависимости от времени может меняться как в большую, так и в меньшую сторону. Например, приобретя в течении месяца товар на общую сумму свыше 10 тысяч рублей, скидка покупателя на покупки в следующем месяце может вырасти с 3 до 5 %.

## *Балльный процессинг*

Балльная система лояльности может быть интересна для сетей, занимающихся продажей одежды, бытовой техники, электроники, спортивных товаров. В зависимости от покупки начисляются бонусные баллы, которые впоследствии могут конвертироваться в скидку.



**+50 БАЛЛОВ**

Например, за каждые потраченные 100 рублей покупатель получает 1 бонусный балл, который потом может получить в качестве скидки. Итак, в чем особенность балльной системы?

Во-первых, частота покупок у таких ритейлеров гораздо ниже, чем, например, в food-ритейле: без нового телевизора семья в состоянии прожить месяц, два, три, а вот без растительного масла — вряд ли. Поэтому, чтобы вернуть покупателя, важно чем-то его зацепить. Самый простой вариант — начислить ему бонусные баллы на счет, которые он сможет в дальнейшем использовать для оплаты части или даже всей покупки.

### *А почему не обе сразу?*

Практика показывает, что нежелательно одновременно внедрять в магазине как балльную, так и дисконтную системы. Проекты, пытающиеся совместить оба варианта, терпят крах. Во многом это обусловлено тем, что ритейлеру сложно считать собственную маржу, прибыли и потери.

*Подобный шаг оправдывает себя только как временное явление — когда магазин переходит с одной системы на другую.*

Учитывая огромное количество дисконтных и бонусных карт, которыми владеет каждый человек, для многих магазинов, особенно рассчитанных на молодежную аудиторию, сегодня актуальнее выпускать мобильное приложение.

Оборудование, которое позволяет считывать штрих-код с экрана устройства, сейчас широко доступно. Например, многие продуктовые сети с внедрением ЕГАИС поставили двухмерные сканеры штрих-кодов, которые обладают такими возможностями.

Установив мобильное приложение, покупателю, во-первых, не нужно носить с собой пластиковую карточку, а во-вторых, ему можно предложить посредством программы дополнительные бонусы, мотивирующие на покупку.

Помимо этого, мы рекомендуем магазинам одежды, спортивных товаров, где нет большой пропускной способности, авторизовать покупателей на кассе при помощи адреса электронной почты или номера телефона. Увы, продуктовым магазинам такой подход не сыграет на руку — пока продавец будет вводить данные клиента, очередь вырастет в разы.

# Кассовый софт или инструмент для бизнеса

Также достаточно популярными являются и промо-акции. Поэтому для ритейла и маркетинга будет эффективно проведение промо-акций, привязанных не к конкретному покупателю, а конкретному покупателю и товарам или только товарам. Например, такие акции, как лотовые «Купи три товара и получи один в подарок», либо промо-наборами со скидкой на них. Соответственно ПО должно уметь работать с такими акциями.

Вопреки устоявшемуся мнению, кассовое программное обеспечение не только позволяет посчитать покупку и выдать чек. Еще оно является важным инструментом, помогающим магазину увеличивать пропускную способность.

*Итак, что же нужно сделать, чтобы добиться этих целей?*



**Во-первых,** минимизировать действия кассира.

Чем меньше ему нужно совершать действий, тем быстрее он обслужит покупателей. В этом случае кассовое ПО можно настроить таким образом, чтобы сотруднику приходилось только сканировать в открытом чеке товары, дисконтные карты, купоны, а система уже самостоятельно применяла условия лояльности, акционные и социальные скидки. Кассиру в таком случае остается только закрыть продажу и принять деньги у покупателя.



**Во-вторых,** открыть отдельные кассы для табачной продукции. Изучение и анализ очередей показали, что самые долгие с точки зрения обслуживания покупателей чеки появляются, когда клиент просит продать ему табачную продукцию. Если сигарет нет на кассе, время сервиса увеличивается в разы. Самый разумный в данном случае вариант, который уже реализован в ряде крупных гипермаркетов: вынесли продажу табачной продукции на отдельную кассу.



**В-третьих**, организовать взвешивание на кассе.

Во многих супермаркетах, если они продают весовой товар, установлены весы. Причем некоторые магазины взвешивают на кассе, а другие используют весы самообслуживания. В результате покупатели нередко путаются — нужно ли им самим взвешивать товар или же это сделает кассир.

Как следствие, не всегда клиент приходит на кассу с заранее завешенным товаром. Время обслуживания автоматически увеличивается: либо покупатель идет взвешивать, тем самым создавая очередь, поскольку работа кассы парализуется, либо ему приходится отказываться от товара, что негативным образом отражается на его лояльности к бренду.

Для решения этой проблемы ряд ритейлеров вводит такое понятие, как отложенный чек: то есть на кассе можно отложить чек, для которого требуется самостоятельное взвешивание товара и обслужить следующего покупателя. Не всегда это работает, так как с отложенными чеками нередко связаны случаи экономических нарушений с участием сотрудников магазина.

Другие ритейлеры просто оснащают кассовый узел дополнительными весами, оставляя весы самообслуживания в торговом зале. То есть, если покупатель не взвесил товар сам, его завесит кассир. С точки зрения кассового ПО здесь необходим модуль, позволяющий оперативно выбрать весовой товар и добавить его в чек. Например, мы реализовали так называемую весовую витрину, где товар сгруппирован по категориям (конфеты, овощи, фрукты, крупы, приправы, кофе) и возможен поиск по названию. Этот вариант удобнее, чем поиск товара по коду или названию, так как кассир не постоянно взвешивает товар, ему тяжело удержать в памяти числовое значение каждой позиции. А на его поиск на листе бумаги или на консультацию у коллег уходит драгоценное время.

*Кроме того, прикассовые весы позволяют избежать пересортицы: если покупатель, к примеру, перепутал зеленые яблоки «Голден» и «Гренни», кассир может оперативно сориентироваться и устранить эту ошибку, заново взвесив товар и добавив его в чек.*



**В-четвертых**, оптимизировать оплату. Как показывает практика, сегодня значительное количество покупателей оплачивают покупки по безналичному расчету. Можно настроить ПО таким образом, чтобы платеж по умолчанию ожидался от банковской карты. Если покупатель расплачивается наличными, то кассиру просто нужно ввести полученную сумму и произвести расчет.



**В-пятых**, бороться с мелочью. Сегодня многие ритейлеры переходят к округлению суммы покупки. При этом умные, дальновидные владельцы бизнесов округляют в сторону покупателя. Округление компенсируется за счет скорости обслуживания, и магазин получает еще один способ воздействия на лояльность покупателя. А поскольку клиенту не приходится тратить время на поиск мелочи в кошельке, работа кассового узла становится более оперативной.



**В-шестых**, обучать персонал. Как бы этот шаг ни казался прозрачным, не все ритейлеры проводят обязательное обучение персонала правильной работе с кассовой программой. Конечно, нормальное ПО должно обладать интуитивно понятным интерфейсом, но даже в этом случае необходимо хотя бы минимальное обучение кассира типовым действиям.



**В-седьмых**, организовать пункты возврата. Согласно российскому законодательству, если возврат производится в день покупки, то он должен проводиться через кассу. Если он осуществляется на следующий день, то достаточно заявления покупателя — деньги ему возвращаются с главной кассы. Для того чтобы не парализовать работу кассового узла в случае возврата, необходимо вынести отдельный пункт обслуживания покупателей, оборудованный возвратной кассой.



**В-восьмых**, оптимизировать работу с отменами. Нередко для проведения ряда действий на кассе требуется вмешательство сотрудников, обладающих административными правами, например, когда идет отмена покупки или товарной позиции.

Все прекрасно представляют ситуацию: произошла ошибка в чеке, допустим, кассир дважды просканировал один и тот же товар. Чтобы исправить оплошность, ему приходится вызывать администратора, которого, зачастую, нет поблизости. В результате обслуживание покупателя затягивается, растет очередь.

В этом случае на кассовом ПО вводится специальный регламент: за отмену позиции отвечает контролер торгового зала или администратор, который постоянно находится в пределах кассовой линии.

Также можно оптимизировать отмены. Отмен (сторно) в чеке может быть несколько видов: отмена/сторно всего чека, отмена/сторно выборочной позиции, отмена/сторно последней позиции или ошибка.

*Отмена всего чека или выборочной позиции делается с помощью администратора. А сторно последней, ошибочно пробитой позиции один раз в чеке может сделать сам кассир. Это также ускоряет обслуживание.*

# А что же может предложить «Пилот»?

У «Пилота» есть собственная разработка — **кассовая программа «Профи-Т»**, впервые поступившая на рынок в 1994 году. На настоящий момент наши специалисты выполнили более 25 000 инсталляций решения.

**Давайте рассмотрим его особенности:**

- Соответствие законодательству РФ — полностью совместима с ЕГАИС, отвечает требованиям 54-ФЗ;
- Гибкая архитектура, позволяющая адаптировать решение под нужды бизнеса;
- Собственные дисконтная и бонусная программы лояльности;
- Полная поддержка внешних систем лояльности (Спасибо от Сбербанка, ЦФТ, Плас-тек, Связной клуб, Manzana);
- Интеграция с BackOffice, ERP, CRM-системами, банковскими процессингами, системами лояльности, видеоаналитикой;
- Сбор и анализ информации о продажах;
- Оперативное обновление справочных данных;
- Высокая скорость обслуживания покупателей;
- Централизованное управление кассовыми узлами;
- Поддержка сенсорных касс (touch pos);
- Поддержка широкого круга оборудования;
- Нетребовательность к ресурсам;
- Кроссплатформенность — работает на Windows 10 IoT, PosReady 7, 2009, WePos и Linux (CentOS, Debian);
- Клиентами «Профи-Т» являются как известные торговые сети, гипер- и супермаркеты, так и небольшие магазины с одной — двумя кассами;
- У потенциальных клиентов есть возможность скачать дистрибутив или виртуальную машину с установленным программным обеспечением, и проверить «Профи-Т» в действии.

# Хватит мучиться, у «Пилота» есть решение!

Когда вы открываете магазин, то вопросов больше, чем ответов. Какую кассу купить, какую контрольно-кассовую технику (ККТ) к ней подобрать, какой подходящий софт найти? Любая ошибка ведёт если не к провалу бизнеса, то к незапланированным тратам на повторное приобретение оборудования или ПО.



А ведь задачу можно решить проще: купить сформированный комплект для кассового узла. Подобное предложение есть и у «Пилота». В линейку SKY-POS мы включили комплекты, состоящие из:

- POS-терминала;
- кассовой программы «Профи-Т»;
- производительной и надёжной ККТ;
- сканера штрих-кодов;
- периферийного оборудования.

*Приобретя такой комплект, вы получите готовую к работе кассу, с которой можно стартовать прямо сейчас!*

# О нас говорят клиенты



*«Наша сеть давно сотрудничает с компанией «Пилот», которая поставляет и внедряет одно из лучших кассовых решений. «Профи-Т» сегодня удовлетворяет потребности нашей быстро растущей национальной сети. Можно сказать, никто на российском рынке не предоставляет таких качественных услуг по комплексному решению и обслуживанию ИТ розничной сети.»*

— Дмитрий Грибач, начальник управления эксплуатации КИС департамента ИТ «Детский мир».



*«Программный комплекс «Профи-Т», разработанный и внедренный компанией «Профи-Т», отвечает всем нашим требованиям. Одно из его достоинств, которые мы смогли оценить, - возможность интеграции с различными системами. Задача по внедрению решения в целом прошла успешно и за короткий срок.»*

— Антон Смирнов, директор по ИТ сети магазинов «Авооська».

**DIVAGE**

*«Профи-Т» свои задачи выполняет и, как кассовое решение, нас полностью устраивает. Больше всего нас радует модуль лояльности РМIX. В нём работают наши маркетологи, не привлекая для этого ИТ-службу, поскольку инструмент удобен и понятен. С его помощью они реализуют практически все возможные маркетинговые акции, которые настраиваются в центральном офисе «Диваж-Столица», однако получают разную направленность: ряд промоакций затрагивает всю сеть, другие адресованы для работы в конкретных магазинах.»*

— Василий Епанешников, руководитель группы разработки программного обеспечения ОАО «Единая Европа Холдинг».

# Решили приобрести кассовый софт?

Как вы уже поняли, выбор кассовой программы — целое искусство. Если вам нужна консультация в этом вопросе, помощь или вы хотите протестировать «Профи-Т», то свяжитесь с нами.



8(495) 564-87-97



г. Москва, Барабанный переулок, дом 3



info@pilot.ru



www.pilot.ru

