



(/component/banners/click/422.html)

Technoretail



(/component/banners/click/423.html)



(/component/banners/click/425.html)



MIGLIORARE IL FATTURATO FACENDO PREVENZIONE E RIDUCENDO IL RISCHIO DI PERDITE

dimensione font ☐ + ☐ -

Pubblicato in Case History (/case-history.html)

</case-history/item/2184-migliorare-il-fatturato-facendo-prevenzione-e-riducendo-il-rischio-di-perdite.html?tmpl=component&print=1>
/component/mailto/?tmpl=component&template=ot_vozzmag&link=67242a554c37b8f615e589c4796f0c676cbfec

Vota questo articolo

(1 Vota)

Le soluzioni di Intelligence Cash Management targate Custom continuano a diffondersi nel mercato e partono direttamente con applicazioni d'eccellenza: il Politecnico di Milano e la Farmacia Vaticana, oltre a svariate installazioni su tutto il territorio italiano.

Le attività commerciali con questa tipologia di solutions diventano più efficienti, godono di maggiori ricavi, minori costi, maggior sicurezza e un processo di vendita ancora più efficace. Una totale automazione consente di eliminare ogni errore e, al tempo stesso, di aumentare sia i ricavi che la sicurezza complessiva presso il punto vendita. Vere e proprie soluzioni strategiche che permettono anche un avvio e una chiusura molto più agevoli in modo da supportare sempre più l'attività e i processi propri del mondo retail.

Da una parte, il **Politecnico di Milano** e, dall'altra, la **Farmacia Vaticana**. Due reference importanti che si rivolgono a un pubblico molto vasto se si considerano sia gli oltre 44.269 studenti che avranno modo di usufruire dei punti ristoro del **Politecnico di Milano** e sia l'ingente affluenza anche nella **Farmacia Vaticana**, una delle più frequentate d'Italia (ogni giorno, annovera 2.000 clienti). Soluzioni tecnologiche, modulari e totalmente integrabili con hardware, software e service che, quindi, consentono vantaggi unici per il retailer e anche per utente finale: infatti, vengono ridotti i tempi di attesa alle casse e le soluzioni software permettono un'estrema facilità nelle fasi di selezione prodotti e di acquisto.

Si parla di **IoT**, **Digital Transformation** e **Big Data**, ma anche altri importanti aspetti contribuiscono al successo e alla crescita del settore retail: tra questi, la **Loss Prevention** e le **Soluzioni Automatiche di Cash Management**, oggi, rappresentano la massima espressione per migliorare e innovare. Numeri, aziende, Gruppi e mercati in crescita: dai negozi in ambito fashion/retail alle farmacie, dalla distribuzione organizzata alla vendita al dettaglio arrivando anche al lusso che, nonostante gli scenari di crisi, si presenta sempre in continua crescita: nel 2017, ha toccato i 915 miliardi di euro (+6% rispetto al 2016) ed è pronto ad arrivare a 1,3 miliardi nel 2024. Ma quali sono i fattori critici di successo che non sempre si conoscono? Quanti conoscono l'importanza dell'analisi, del monitoraggio, della gestione del denaro oppure i software di Loss Prevention? Il retail è sempre più sotto pressione per analizzare nuove soluzioni hardware, software e service, per aumentare le performance delle vendite e rispondere alle sempre più dinamiche richieste di sviluppo o implementazione del business.

Claudio Panteca, *esperto in soluzioni di Loss Prevention e Account Manager di Bizeta Retail Solutions* (azienda del **Gruppo Custom**), dichiara: "Purtroppo, non c'è ancora una cultura di valorizzazione per preservare il fatturato facendo prevenzione sulle perdite di denaro e analizzare in profondità le varie frodi complesse che, spesso, sono invisibili nei punti vendita. La nostra soluzione analizza in modo forense tutte le fonti dati contemporaneamente, per esempio EPOS, On line, Stock, Bancario, in modo di reagire rapidamente ai problemi in modo proattivo, presentando dati transazionali fraudolenti per supportare il processo di indagine. Tutto questo aiuta a preservare e proteggere il margine e ottimizzare le vendite".

Alessandro Mastropasqua, *Responsabile Comunicazione di Custom*, sottolinea: "Il processo di sensibilizzazione e di divulgazione è fondamentale nell'attuale scenario tecnologico. La tecnologia del punto vendita è cruciale, ma, allo stesso tempo, il controllo del contante e delle perdite invisibili è ancora più importante per il retail di oggi e di domani. La consapevolezza e conoscenza sono la base di un importante processo di dissemination che ha l'obiettivo di creare una sempre più profonda cultura tecnologica. Tutto questo si può e si deve fare, considerando anche che, su queste tematiche, i progetti si autofinanziano in meno di 6 mesi, semplicemente eliminando errori umani".

Il **Gruppo Custom** ha studiato un sistema integrato hardware, software e service che ha l'obiettivo di migliorare il business attraverso un controllo diretto delle principali variabili dirette e indirette legate alla Loss Prevention e al Cash management (personale retail, denaro falso, analisi campagne e promo, etc.). Se si parla di Loss Prevention, emergono diversi dati, ricerche e studi che registrano dati allarmanti. Nel nostro Paese, la percentuale delle differenze inventariali, rispetto al fatturato annuo complessivo del retail, tocca il 2,32%, un dato che, nella sola GDO, raggiunge il 2,78%.

Se si fa un approfondimento sul denaro falso circolante, nel secondo semestre del 2018, la Banca d'Italia ha riconosciuto false 53.699 banconote ritirate dalla circolazione, il 2% circa in meno rispetto alle 54.770 del primo semestre. I tagli da 20 euro e da 50 euro continuano a essere i più falsificati, in linea con quanto registrato a livello mondiale. In particolare, il taglio da 50 euro è risultato quello più soggetto a contraffazione (58,3% del totale; 53% nel primo semestre) seguito da quello da 20 euro (22,7%; 29,2% nel primo semestre). I falsi di questi due tagli costituiscono l'81% delle banconote ritirate in Italia. A livello mondiale, come riportato dalla Banca Centrale Europea, nel secondo semestre del 2018, sono state ritirate dalla circolazione 262.000 banconote in euro false, con una riduzione del 13% rispetto alle 301.000 del primo semestre.



Ed è nell'attuale scenario che **Custom** propone ai suoi clienti retail la serie di sistemi **CHS+** e **CHS150**: si tratta di sistemi di **Cash Management** che consentono una gestione automatizzata delle transazioni in contanti con un controllo attivo anche su tutte le monete. Entrambi sono sistemi accessori realizzati per il retail, integrabili con i sistemi di cassa del punto vendita (POS e/o ECR) e progettati con design ergonomico, per adattarsi al banco cassa. Per fronteggiare tale quadro, l'ufficio R&D di **Custom**, che conta oltre 200 ingegneri e 100 swaristi, ha sviluppato soluzioni hardware, software e service per affrontare al meglio ogni esigenza.

Diversi i vantaggi di queste soluzioni totalmente automatizzate, affidabili e capaci di semplificare le attività quotidiane, migliorandole in tutta sicurezza. I vantaggi di una gestione automatizzata delle transazioni in contanti, infatti, sono numerosi e sono stati progettati per eliminare, scoprire, controllare e risolvere frodi, furti ed errori dei dipendenti nel controllo delle

transazioni in contanti: (1) *conteggio e verifica contante immediati*, (2) *eliminazione delle differenze di cassa*, (3) *riduzione dei costi del personale*, (4) *aumento della sicurezza del punto vendita*, (5) *igiene*.

Francesco Iacovone di SAT Elettronica Srl dichiara: "Siamo orgogliosi per l'applicazione realizzata per il Politecnico di Milano. Da oltre 20 anni, lavoriamo quotidianamente per supportare i nostri clienti cercando di offrire il miglior servizio possibile. In un momento di grande evoluzione del settore retail, dove la tecnologia rappresenta un ruolo importante siamo consapevoli che è fondamentale offrire soluzioni personalizzate, professionali e capaci di mettere a fattor comune l'innovazione in funzione delle attuali esigenze dei clienti. L'importante sinergia con Custom e System Retail ci ha permesso la realizzazione di questa tecnologia realizzata su misura secondo le esigenze del cliente".

A sua volta, **Walter Segneri di ASIA Srl**, sottolinea: "La Farmacia Vaticana rappresenta un unicum in termini di tradizione e importanza per tutto il territorio; siamo orgogliosi di aver contribuito attivamente al processo di digital transformation riuscendo a mettere a disposizione del canale una soluzione altamente innovativa e capace di portare svariati valori reali attraverso una gestione automatizzata delle transazioni in contanti".

Tweet

Like

67 people like this. Be the first of your friends.



[Torna in alto \(/case-history/item/2184-migliorare-il-fatturato-facendo-prevenzione-e-riducendo-il-rischio-di-perdite.html#startOfPageId2184\)](#)

VIDEO RECENTI

Roberto Ostili di Transporeon Italy: servizi digitali su cloud a supporto del trasporto logistico

[VIDEO \(VIDEO.HTML\)](#)

21 DICEMBRE 2018

Roberto Ostili di Transporeon Italy: servizi digitali su cloud a supporto del trasporto logistico (</video/item/2044-roberto-ostili-di-transporeon-italy-servizi-digitali-su-cloud-a-supporto-del-trasporto-logistico.html>)

Transporeon Group, società proprietaria dell'omonima piattaforma su cloud di comunicazione dedicata alla logistica e ai...

[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER](#)[\(/restaconnesso/user/modify.html\)](/restaconnesso/user/modify.html)



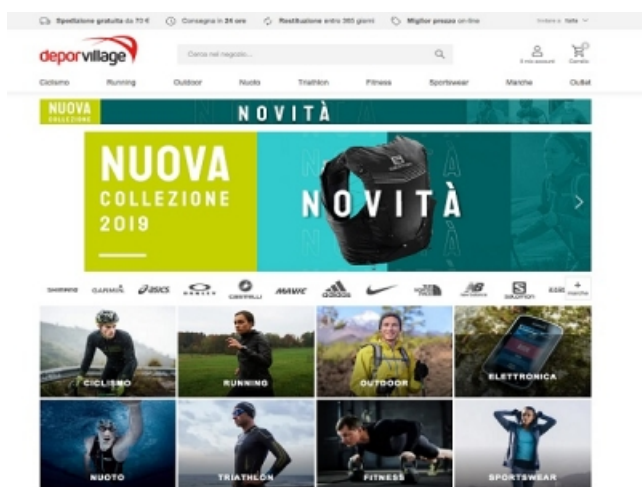
(/component/banners/click/424.html)



Inviti disponibili
per manager
Retail e IDM
Per informazioni
e iscrizioni:
030.221681
kiki@kikilab.it

(/component/banners/click/417.html)

PIÙ RECENTI



(/news/item/2207-per-deporvillage-vola-l-e-commerce-di-articoli-sportivi.html)

Per Deporvillage, vola l'e-commerce di articoli sportivi (/news/item/2207-per-deporvillage-vola-l-e-commerce-di-articoli-sportivi.html)

Emozioni Mediterranee



(/loyalty/item/2206-lanciata-da-sisa-la-raccolta-punti-digitale-emozioni-

mediterranee.html)

Lanciata da Sisa la raccolta punti digitale "Emozioni Mediterranee" (/loyalty/item/2206-lanciata-da-sisa-la-raccolta-punti-digitale-emozioni-mediterranee.html)



(/case-history/item/2205-roberto-liscia-confermato-presidente-del-consorzio-

netcomm.html)

Roberto Liscia confermato Presidente del Consorzio Netcomm (/case-history/item/2205-roberto-liscia-confermato-presidente-del-consorzio-netcomm.html)



(/imprese/item/2204-alessandro-barchetti-e-il-nuovo-direttore-marketing-e-

comunicazione-con-approccio-digital-di-unes.html)

Alessandro Barchetti è il nuovo Direttore Marketing e Comunicazione con approccio digital di Unes (/imprese/item/2204-alessandro-barchetti-e-il-nuovo-direttore-marketing-e-comunicazione-con-approccio-digital-di-unes.html)



(/news/item/2203-gfk-continua-la-crescita-mondiale-del-mercato-

smartphone.html)

GfK: continua la crescita mondiale del mercato smartphone (/news/item/2203-gfk-continua-la-crescita-mondiale-del-mercato-smartphone.html)



(/news/item/2202-la-digitalizzazione-del-punto-vendita-cresce-a-ritmo-

serrato.html)

La digitalizzazione del punto vendita cresce a ritmo serrato (/news/item/2202-la-digitalizzazione-del-punto-vendita-cresce-a-ritmo-serrato.html)



(/case-history/item/2201-sostenibilita-sealed-air-aderisce-alla-new-global-

alliance.html)

Sostenibilità: Sealed Air aderisce alla "New Global Alliance" (/case-history/item/2201-sostenibilita-sealed-air-aderisce-alla-new-global-alliance.html)



(/imprese/item/2200-claudia-montanari-entra-nel-team-property-management-di-

prologis-italia.html)

Claudia Montanari entra nel team Property Management di Prologis Italia (/imprese/item/2200-claudia-montanari-entra-nel-team-property-management-di-prologis-italia.html)

BACK TOP ↑

CHI SIAMO (/chi-siamo.html) | PRIVACY (/privacy2.html) | COOKIES (/policy-cookies2.html) | NEWSLETTER (/newsletter/user/modify.html) | PUBBLICITA' (/pubblicita.html) | CONTATTI (/contattaci.html)

Copyright © 2018 - Edizioni DM Srl - Via Andrea Costa, 2 - 20131 Milano - P. IVA 08954140961 - Tutti i diritti riservati | Credits (/credits.html)