

کیان نامه

www.kyansoftco.com

شماره ۱۳- شهریور ۹۱



فروشگاه های زنجیره ای 7 Eleven

روبات فروشگاهی

کتاب این ماه

درباره کیان

محصولات جدید

در خواست دمو

تماس با ما

۸۸۵۱۸۷۸۲

هر ۴ ساعت یکبار، یک شعبه جدید از سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای سون ایلون

فروشگاه‌های زنجیره‌ای خرده‌فروشی یا کانوینس استور (Convenience store) به سوپرهای نسبتاً کوچک



بدون تعطیلی و با ساعت کار بسیار طولانی گفته می‌شود. در این نوع مکان‌های فروش، عمده کالا را مواد غذایی تشکیل می‌دهند. به غیر از آن انواع روزنامه، مجله‌ها و طیف وسیعی از لوازم مورد نیاز روزانه نیز به مشتریان عرضه می‌شود. قبل از دهه ۱۹۸۰ به آن سوپر نیمه‌شب نیز گفته می‌شد. عموماً چنین سوپرهایی از نوع زنجیره‌ای هستند. در ژاپن چنین سوپرهایی دارای خصوصیاتی شامل: مساحت بیش از ۳۰ متر و کمتر از ۲۵۰ متر،

ساعت کار بیش از ۱۴ ساعت در شبانه روز و سلف سرویس هستند.

سون ایلون بزرگترین اداره کننده کانوینس استور در دنیاست و بیش از ۴۴۷۰۰ مغازه در ۱۸ کشور دنیا از جمله ژاپن، آمریکا، کانادا، فیلیپین، هنگ کنگ، تایلند، مالزی و تایوان دارد. این شرکت در سال ۱۹۲۷ تاسیس شد و دفتر مرکزی آن در دالاس تگزاس واقع شده است.

Tote'm مغازه‌ای بود که با فروش شیر و تخم‌مرغ و یخ بین مردم محبوب شد.

این مغازه به مشتریان اطمینان می‌داد که همیشه در دسترس است و به همین خاطر مردم آن را با ساعت کاریش شناختند، و همین موضوع باعث شد که در سال ۱۹۶۴ صاحبان این مغازه نام آن را به seven_eleven تغییر دهند.

کپان نامه

www.kyansoftco.com

هر ۴/۵ ساعت یک شعبه جدید از seven_eleven تاسیس می‌شود و هر سال این زمان کوتاه‌تر می‌شود.

و اکنون بعد از گذشت ۴۸ سال این مغازه کوچک توانست شعبه ۴۴۷۰۰ ام خود را تاسیس کند.

این شرکت نمایندگی‌هایش را ۱۵ ساله واگذار می‌کند که پس از آن نیز قابل تمدید است. هر نمایندگی برای اداره خود به ۷ تا ۱۰ نفر نیرو نیاز دارد، البته حضور صاحب یا صاحبان نمایندگی در شعبه الزامی است.

پس از عقد قرارداد این کمپانی به صورت دائمی از نمایندگانش حمایت می‌کند.

تلفن و اینترنت رایگان و تلفن گویا، عضویت در خبرنامه، شرکت نمایندگان در جلسات دوره‌ای، استفاده از روش‌های امنیتی نوین، نظارت دائمی به کیفیت ارائه خدمات و کالا، استفاده از تعاونی‌های خرید، بازاریابی و پشتیبانی فنی، تبلیغات در رسانه‌های ملی و منطقه‌ای، اجرای طرح‌های لویالیتی با استفاده از کارت‌های تخفیف بخشی از برنامه‌های حمایتی این شرکت از نمایندگانش است.

قیمت و خدمات یکسان، تنوع محصولات و خدمات، ارائه خدمات فرعی حتی خدمات پردردسر مثل فتوکپی و ارسال فکس، فروش میان‌وعده‌های غذایی با کیفیت خوب از دیگر محصولاتی است که در همه شعب این برند در سراسر دنیا وجود دارد.



روبات فروشگاهی Andy vision

تیمی از محققان دانشگاه کارنگی ملون دست به ساخت روباتی زده‌اند که در فروشگاه‌ها قادر به کار بوده و با بررسی کالاهای موجود به مشتریان در پیدا کردن کالای مورد نظر کمک می‌کند. به گزارش سرویس فناوری خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، این دو عملکرد ساده روبات «AndyVision» به فروشگاه‌ها در



شناسایی اقلام رو به پایان و به مشتریان در شناسایی لوازم مورد نیازشان کمک می‌کند. این روبات که اخیراً در یک رویداد آزمایشگاه‌های تحقیقاتی اینتل در سانفرانسیسکو به نمایش درآمده است، به بازتاب یک نوع سیستم مبتکرانه دید رایانه‌ای پرداخته که ممکن است از برچسب‌های بی‌سیم (RFID سیستم شناسایی با امواج رادیویی) پیشی بگیرد.

در عوض محققان ذکر کرده‌اند که این سیستم ترکیبی از انواع مختلف الگوریتم‌هایی است که بر یک سیستم نیروی کم اجرا شده و اجرای آن از برچسب‌های RFID ساده‌تر است.

این محققان برای ساخت روباتی مبتنی بر نیاز فروشندگان به مصاحبه با آنها پرداختند. به گفته آنها، فروشگاه‌ها زمانی که اقلام مورد تقاضای آنها کم شده و هنگامی که خریدار به جایجایی محصولات در قفسه‌های غیر مرتبط می‌پردازد، کمک می‌کند.

فیلم‌هایی از AndyVision در لباس کلاه‌دار قرمز رنگ به ثبت رسیده و از ماه می در فروشگاه دانشگاه کارنگی ملون دیده شده است. این روبات به دلیل برخورداری از حسگرهای مجاورت با هیچ چیز برخورد نمی‌کند.

کپان نامه

AndyVision به اسکن قفسه‌ها برای ایجاد یک نقشه بلادرنگ تعاملی از فروشگاه می‌پردازد که مشتریان می‌توانند از طریق نمایشگر درون فروشگاه به جست‌وجو بپردازند. نقشه ایجاد شده به یک سیستم بزرگ صفحه لمسی در فروشگاه ارسال می‌شود. مشتریان بدون حتی حرکت به سوی یک راهروی دلخواه می‌توانند یک محصول را بر روی نمایشگر بررسی کنند که محل محصولات را به همراه اطلاعات آنها نشان می‌دهد. این روبات به بررسی تمام قفسه‌ها و مسیرها، اجرای یک کاوش دقیق و شناسایی هر محصول در قفسه‌ها و آگاه کردن کارکنان از کم شدن محصولات یا جابجایی آنها می‌پردازد.

این روبات از الگوریتم‌های پردازش تصویر و یادگیری دستگاه استفاده می‌کند. AndyVision به جست‌وجوی بارکدها و متون پرداخته و از اطلاعات آنها در مورد شکل، اندازه و رنگ یک جسم برای تعیین مشخصات آن استفاده می‌کند. این روبات همچنین به مواردی که در کنار یکدیگر بوده نیز اشاره می‌کند. اگر یک جعبه ناشناخته نارنجی درخشان در نزدیکی یک سفیدکننده قرار داشته باشد، این روبات آنرا به عنوان پاک‌کننده شناسایی و معرفی می‌کند. یک پایگاه داده از تصاویر دو بعدی و سه بعدی به نمایش انبار فروشگاه و نقشه پایه چیدمان آن می‌پردازد.

پس از آزمایش اولیه این روبات در فروشگاه دانشگاه، در سال آینده در فروشگاه‌های دیگر نیز به آزمایش گذاشته خواهد شد.



"marketing 3.0" عنوان کتاب بسیار کوتاه و گزیده است.

در فارسی شاید بتوان آن را بازاریابی ۳.۰ ترجمه کرد. عنوان بالاتری که بر روی کتاب درج شده تا حدودی گویا و معرف کتاب خواهد بود. و آن این است: از محصول به مشتری و (از مشتری) به روح و روان آدمی. کاتلر، رویکرد مبتنی بر محصول را بازاریابی ۱.۰، رویکرد مبتنی بر مشتری را بازاریابی ۲.۰ و رویکرد مبتنی بر توجه به روح و روان آدمی را به بازاریابی ۳.۰ نامگذاری کرده است.



این کتاب به نوعی سیر تاریخی را نشان می‌دهد که در آغاز، بازاریاب‌ها همواره بر محصول و ویژگی‌های آن تأکید داشتند، و به مرور دریافتند که محور اصلی نه محصول بلکه، مشتری است. تأمین نیازهای مشتری رویکرد تازه‌ای بود که بازاریابان در پرتو آن توانستند فرصت‌های بیشتری را برای فعالیت خود رقم بزنند. اینک این چرخه و معادله نیز تغییر یافته است. نمی‌توان تنها برای تأمین نیازهای مشتری گام برداشت بلکه، باید به فراتر از شخص مشتری و نیازهای وی اندیشید و آن تأمین و ارضای نیازهای والایی است که در روح و روان آدمی (و نه مشتری) قرار دارد.

فیلیپ کاتلر با تحریر چنین کتابی، از دانش روانشناسی خود بیشترین بهره را برده است. کاتلر پس از دریافت مدارج عالی در ریاضیات، اقتصاد، مدیریت، و روانشناسی و بهره‌مندی و آمیزه‌ی این علوم توانست از بازاریابی

ترسیمی تازه پدید آورد، ترسیمی که به او لقب پدر بازاریابی نوین اعطا کرد. ظاهراً کاتلر با کتاب (بازاریابی ۳.۰) می‌کوشد به انگیزه‌های والای بشری و نیازهای عمیق آدمی به مشارکت، جامعه‌گرایی، خلاقیت و آرمان‌گرایی بیشتر بها دهد. به بازاریاب‌ها و سازمان‌ها نوید می‌دهد که گزاره‌ی جدید در راه است و آن، توجه به روح و روان آدمی در سطح جهانی است.

کیان نامه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

شماره ۱۳ شهریور ۹۱

آدرس دفتر مرکزی: تهران - خیابان سهروردی شمالی - کوچه بسطامی -

پلاک ۲۷ - ساختمان کیان نور رایانه تلفن ۰۲۱-۸۸۵۱۸۷۸۲

کدپستی ۱۵۵۵۸۱۸۶۱۴

www.kyansoftco.com

