

مَقَلِدُ الْقُلُوبِ بِالْأَبْصَارِ

نوروزتان پیروز

فروشگاه های زنجیره ای گل‌دیران

لیبل های الکترونیکی

کتاب این ماه

درباره کیان

محصولات جدید

درخواست دمو

تماس با ما

۸۸۵۱۸۷۸۲

تاریخچه ال جی و هدایت فروشگاه‌های آن در ایران



LG

شرکت ال جی الکترونیکس در حال حاضر دارای ۷۲ شعبه و بیش

از ۵۵ هزار کارمند در سراسر دنیا است. بیشتر فعالیت‌های ال جی

الکترونیکس بر روی تلویزیون‌های دیجیتال/CD-RW-DVD

CD ROM درایوهای DVD-ROM، کامپیوترها، مانیتورها و

گوشی‌های موبایل، CRT و PDP متمرکز گشته است. ال جی الکترونیکس با تقویت مهارت‌های خود تا آنجا پیشرفته که به

عنوان رهبر دیجیتال در محصولات الکترونیکی و دیجیتالی مشهور شده است. شرکت ال جی در تاریخ اول اکتبر سال ۱۹۵۸

با نام گلدستار تأسیس گردید. در تاریخ ۱۵ نوامبر سال ۱۹۵۹ با تولید اولین رادیو کره‌ای به عنوان پیام‌آور آغاز صنعت

الکترونیک در کره شناخته شد. این شرکت در ماه نوامبر ۱۹۶۲ اولین تلفن کره‌ای، در ژانویه ۱۹۶۵ اولین یخچال کره‌ای، در

آگوست ۱۹۶۶ اولین تلویزیون سیاه و سفید کره‌ای و در سپتامبر ۱۹۶۸ اولین تهویه مطبوع کره‌ای را ساخت. ال جی در

مارس ۱۹۶۸، اولین شعبه خود را در خارج از کشور در نیویورک و در آگوست ۱۹۷۸ اولین نمایندگی فروش خود را در

ایالات متحده آمریکا تأسیس نمود. با هدف پیشرفت، این شرکت در ژانویه ۱۹۹۲ با گلدستار و گلدات ارتباطات ادغام شده و

نام شرکت در مارس ۱۹۹۵ از گلدستار به ال جی الکترونیکس تغییر یافت. پس از ادغام و سیر تحولات در سال ۱۹۷۸ با

صادراتی بالغ بر ۱۰۰ میلیون دلار مقام نخست را در صنعت الکترونیک کسب نمود. به دنبال این موفقیت در دسامبر ۱۹۹۱

با صادرات ۲ میلیارد دلار لوازم خانگی مقام نخست را در کره کسب نمود. در ۲۷ مارس ۱۹۹۵ با ارائه طرح چالش ۲۰۰۵،

دومین تولد شرکت ال جی الکترونیکس شکل گرفت.

کیان نامه

www.kyansoftco.com

ال جی در ایران :

شرکت گلدیران نماینده رسمی ال جی در ایران فعالیت خود را از سال ۱۳۷۶ آغاز کرده و در این راستا محصولات زیر را به بازار ایران عرضه می کند.

این شرکت برای فروش و هدایت فروشگاه های زنجیره ای خود نرم افزار جامع و یکپارچه فروش فروشگاه های کیان را برگزیده است . فروشگاه های زنجیره ای گلدیران از سال ۱۳۹۱ به نرم افزار جامع فروشگاه های کیان مجهز شدند. شرکت کیان نور رایانه مفتخر است تا در مسیر توسعه بازار و مدیریت فروشگاه ها این شرکت را همراهی کند.

شرکت کیان با ارائه راهکارها و راه حل های کسب و کار، متناسب و مطابق با سیاست ها و نیازهای شرکت گلدیران، سیستم های جامع فروشگاه های خود را سفارشی سازی کرده و سیستم جدید مدیریت ارسال کالا را طراحی و پیاده سازی نموده است و محصول نرم افزاری نهایی را در حداقل زمان ممکن به آن مجموعه ارائه کرده است.

سیستم مدیریت ارسال:

سیستم مدیریت ارسال به منظور رفاه بیشتر و ارائه خدمات بهتر به مشتریان فروشگاه های زنجیره ای پیاده سازی شده است. با به کارگیری این سیستم این امکان برای مشتریان فراهم می گردد که بعد از خرید کالاهای خود، کالاهایی که حمل آن ها برایشان دشوار است را در محل تحویل بگیرند. این سیستم برای فروشگاه هایی که کالاهای بزرگی را (از جمله تلویزیون، یخچال، مبل و صندلی و ...) به فروش می رسانند بسیار کارآمد بوده و بدین ترتیب می توانند روند هماهنگی ارسال، حمل کالا و نصب آن (در صورت لزوم) را مدیریت نمایند. امکاناتی که این سیستم در اختیار کاربر قرار می دهد به قرار زیر است:



- تعیین هزینه ارسال کالا به مناطق مختلف شهر یا خارج از محدوده آن

- هماهنگی ارسال کالا با مشتری و تغییر آن در صورت درخواست وی

- هماهنگی نصب کالا با مشتری و تغییر آن در صورت درخواست وی

- پیگیری نصب کالاهای ارسال شده

- ثبت سریال کالای نصب شده

- مشاهده وضعیت کالا در فرآیند ارسال

- مشاهده اطلاعات کالای فروخته شده و نحوه پرداخت آن، گزارش های مربوط به فرایند فروش، حمل و نصب کالا، و گزارش های جامع مالی



کیان نامه

www.kyansoftco.com

برچسب‌های الکترونیکی فروشگاه (ESL) Electronic Shelf Labels



تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که ۲۸٪ مردم بی‌هدف و بدون توجه به نیازهایشان خرید می‌کنند و اغلب این تصمیم‌گیری‌ها بر اساس قیمت صورت می‌گیرد. بنابراین مهمترین نکته برای فروشگاه‌ها اطمینان از وسوسه‌انگیز بودن و خوانا بودن قیمت هر کالا است. راهکار مطمئن در این مسیر استفاده از برچسب‌های الکترونیکی (ESL) است.

این برچسب‌ها که به تدریج جایگزین برچسب‌های کاغذی می‌شوند، اطلاعات کالاها از جمله قیمت آنها را بر روی قفسه‌های فروشگاه نمایش می‌دهند. تفاوت عمده این برچسب‌ها با نوع کاغذی آنها در ارتباط آنها با سیستم نرم‌افزار فروشگاه است. با این ویژگی، به محض قیمت‌گذاری و تغییر قیمت کالاها در سیستم، اطلاعات برچسب‌ها بروز شده و قیمت جدید کالاها به صورت اتوماتیک بر روی قفسه‌های فروشگاه نمایش داده خواهند شد. بدین ترتیب خرده‌فروشان می‌توانند به راحتی با رصد قیمت‌ها و میزان فروش فروشگاه‌های رقیب، قیمت‌ها را به سرعت تغییر داده و مشتریان را به خرید کالاهای غیر ضروریشان ترغیب کنند.

استفاده از این برچسب‌ها علاوه بر حذف هزینه چاپ برچسب‌ها و جلوگیری از اتلاف وقت در نصب آنها، امکانات زیر را برای شما فراهم می‌سازد:

- قیمت‌گذاری کالاهای فاسد شدنی مانند میوه و سبزیجات با توجه به موجودی انبار و شرایط آب و هوایی
- فروش ویژه برخی کالاها در ساعات مشخص و جذب مشتریان به فروشگاه در این ساعات



- تغییر قیمت اتوماتیک در فروشگاه‌های حقیقی و مجازی به صورت همزمان
- بروز رسانی آسان برچسب‌ها به صورت کلی، گروهی یا تکی در هر زمان
- کنترل و تغییر قیمت کالاها به صورت همزمان در تمامی شعب از دفتر مرکزی
- استفاده از ارتباط بی‌سیم و امنیت بالا برای ارسال داده‌ها به برچسب‌ها

از مزایای ویژه این برچسب‌ها در مقایسه با نوع کاغذی آنها، ارتباط مستقیم با سیستم

است که شما را قادر می‌سازد تا از دفتر مرکزی بر آنها نظارت داشته باشید. در صورتی که برچسبی بر روی قفسه دیگری نصب شود یا باتری آن ضعیف شود، شما در دفتر مرکزی سریعاً مطلع خواهید شد. علاوه بر این به علت برقراری ارتباط دو طرفه برچسب و سیستم، به محض دریافت اطلاعات جدید از سوی سیستم، هر برچسب دریافت اطلاعات جدید را به سیستم اعلام می‌کند. این ویژگی در مواردی که اطلاعات مکرراً در حال به‌روزرسانی است اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

این برچسب‌ها که بسته به نیاز فروشگاه‌ها با سایزها و انواع مختلفی ارائه می‌گردد، برای نصب بر روی تمامی قفسه‌ها، یخچال‌ها و استندهای فروشگاه‌های طراحی شده‌اند.

کیان نامه

www.kyansoftco.com

فروشگاه ، راهکارها و نکته‌ها

تمام تفکرات و تصمیمات حوزه‌ی بازاریابی و فروش زمانی ارزش پیدا می‌کنند که قابلیت پیاده‌سازی و اجرا در دنیای واقعی را داشته باشند. توزیع، یکی از ارکان اساسی تاکتیک‌های بازاریابی است و رساندن محصول مناسب در زمان مناسب و مکان

مناسب به مشتریان هدفی مهم محسوب می‌شود. توزیع به همراه عوامل دیگری نظیر محصول، قیمت، و ارتباطات شایسته برای متقاعد ساختن مشتریان به کار گرفته می‌شود.

توزیع مؤثر می‌تواند مزیت رقابتی یک بنگاه اقتصادی (شرکت‌ها) نسبت به رقبای خویش باشد.

یک سیستم توزیع باید پنج دسته‌ی اصلی از وظایف را به انجام برساند که عبارتند از :

- ذخیره‌سازی و انبار کالا برای توزیع
- دریافت سفارش از مشتریان
- تحویل کالا به مشتریان
- وصول مطالبات
- کنترل و دریافت اطلاعات از بازار

در آینده‌ی نظام توزیع بازار ایران روی آوردن به سه عامل زیر مشهود است:

- گسترش نظام توزیع مویرگی تا سطح مغازه‌داران
 - گسترش فروشگاه‌های خرده‌فروشی بزرگ
 - فروش خانه به خانه و بازاریابی تک به تک با بهره‌گیری از اینترنت، تلفن، و مراجعه‌ی حضوری
- حال تمام عوامل جذاب برای مشتریان نظیر رفتار عوامل

انسانی شاغل در مغازه‌ها، تمیزی و زیبایی، سهولت خرید، مکان خرید، چیدمان اجناس، و... همگی در فعالیتهای مشتری‌مداری و مشتری‌نوازی مؤثر هستند.



کیان نامه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

شماره ۱۷

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

پلاک ۲۷ - ساختمان کیان نور رایانه

تلفن ۰۲۱-۸۸۵۱۸۷۸۲

کد پستی ۱۵۵۵۸۱۸۶۱۴

www.kyansoftco.com

