

کیان نامه

www.kyansoftco.com

شماره ۵ بهمن ۹۰

کیان در نمایشگاه بین المللی کالا و
تجهیزات فروشگاه زنجیره ای

تاریخچه بزرگترین کافی شاپ زنجیره ای
جهان

کتاب این ماه

حضور کیان در دومین کنفرانس خرده فروشی

kyan
soft company
www.kyansoftco.com

درباره کیان

محصولات جدید

در خواست دمو

تماس با ما

۸۸۵۱۸۷۸۲

کیان نامه

www.kyansoftco.com

کیان در نمایشگاه بین المللی کالا و تجهیزات فروشگاه زنجیره ای



هفتمین نمایشگاه بین المللی تجهیزات فروشگاه زنجیره ای برگزار گردید

در این دوره برخلاف دوره های گذشته حضور بازدید کنندگان جنبه تخصصی تری پیدا کرده بود و همچنین شرکت کیان نیز توانست حضوری پررنگ تر از گذشته داشته باشد و راهکارهای نوین خود را در راستای اتوماسیون نمودن فروشگاه های زنجیره ای به بازدید کنندگان ارائه نماید.

غرفه شرکت کیان در این دوره بازدید کنندگان خاصی نیز داشت که می توان بین این بازدید کنندگان به سفیر کشور تونس و سفیر کشور کومور اشاره نمود.

تاریخچه بزرگترین کافی شاپ زنجیره ای جهان

استارباکس و محبوبیت جهانی

موفقیت استارباکس تنها به کشور آمریکا محدود نبوده و نیست، این نام محبوبیت و موفقیت جهانی دارد. امروزه در خیابان های مختلف بسیاری از شهرهای بزرگ جهان، کافی شاپ های استارباکس به چشم می خورد .

عمده شهرت کافی شاپ های زنجیره ای

استارباکس، منوی اختصاصی آنهاست یعنی هر مشتری قهوه اختصاصی خود را میل می کند و روی هر کدام از لیوان ها نام مشتری نوشته شده است. شعار استار باکس:

ما قهوه را طبق سلیقه شما و برای شما درست کرده ایم .

استار باکس فعالیت اقتصادی خود را جوری پیاده سازی کرده است که به مشتری احساس صمیمیت و نزدیکی می دهد. و این امر سبب می شود که مشتری خود را عضوی از مجموعه بزرگ استار باکس بداند.



تعداد شعبات استارباکس در جهان بالغ بر ۱۶۱۲۰ شعبه است که حدود ۱۱۰۰۰ شعبه آن در آمریکا، ۱۰۰۰ شعبه در کانادا و ۸۰۰ شعبه در ژاپن و بقیه شعب در کشورهای مختلف از جمله مکزیک، چین، بریتانیا، استرالیا، فرانسه، آلمان، عربستان سعودی، ترکیه، اسپانیا، اتریش، اندونزی، یونان، شیلی، پرونیوزلند، مالزی، لبنان، امارات متحده عربی قرار دارند . دفتر اصلی این شرکت در شهر سیاتل، آمریکا واقع شده است. نام این شرکت از شخصیت استارباکس، یکی از شخصیت های «موبی دیک»، رمان معروف هرمان ملویل، گرفته شده و نشان استارباکس یک پری دریایی دارای دو دم را نشان می دهد.

گیان نامه

www.kyansoftco.com



تاریخچه

اولین کافی شاپ با نام استارباکس در سال ۱۹۷۱ در شهر سیاتل با همکاری یک معلم زبان انگلیسی به نام جری بالدوین (Jerry Baldwin)، یک معلم تاریخ به نام زو سیگل (Zev Siegel) و نویسنده ای به نام گوردون بوکر (Gordon Bowker) کار خود را آغاز نمود. مشوق این سه نفر در راه اندازی مکان فوق که در آن قهوه خام و تجهیزات مختلف مرتبط با آن به فرو فروش می رسید، شخصی به نام Alfred Peet بود. این فروشگاه واقع در Pike Place کماکان به فعالیت مشغول است در سال ۱۹۸۲ موسس اصلی این شرکت هاوارد شولتز (Howard Schultz) با پیشنهاد فروش قهوه و اسپرسو نوشیدنی، در کنار قهوه خام، به جمع شرکا پیوست. در آن زمان عقیده عمومی بر این امر استوار بود که قهوه باید تنها در منازل افراد تهیه شود، بنابراین پیشنهاد شولتز از

جانب سه شریک دیگر پذیرفته نشد، آنها معتقد بودند که ورود به عرصه فروش نوشیدنی، باعث انحراف مسیر و مانع از رسیدن به هدف مورد نظر خواهد شد.

پس از آن در سال ۱۹۸۵، شولتز به تنهایی یک سری کافی شاپ زنجیره ای تحت نام Il Giornale را تاسیس نمود. در سال ۱۹۸۷ مالکان استارباکس حق امتیاز فروشگاههای خود را به Il Giornale شولتز واگذار نمودند.

شولتز به سرعت آن دو را با هم ادغام نمود و به گسترش کافی شاپ استارباکس در کشورهای مختلف همت گماشت.

اولین کافی شاپ های زنجیره ای استارباکس در همان سال، در شیکاگو و نیز شهر ونکوور (Vancouver) کانادا تاسیس شدند، در سال ۱۹۹۶ اولین کافی شاپ استارباکس خارج از آمریکای شمالی در شهر توکیو راه اندازی شد. در سال ۱۹۹۸ فروشگاههای این شرکت در کشور انگلستان نیز با استقبال فراوان روبرو شد. در ماه آوریل سال ۲۰۰۳، قهوه های استارباکس به عنوان بهترین قهوه در سیاتل انتخاب شد و تعداد شعباتش در سراسر جهان به ۶۴۰۰ عدد رسید.



کتاب پیشنهادی این ماه



خریداران در فروشگاه چگونه رفتار می کنند

- نحوه چیدمان محصولات در فروشگاه باید چگونه باشد تا بیشترین فروش را به همراه داشته باشد
- چگونه می توانیم فروش اغلب محصولات را بهبود ببخشیم
- چرا خرده فروشان باید به طراحی مجدد فروشگاه بیاورند

به گونه ای که با تمایلات ذاتی خریداران متناسب باشد. آیا تا به حال فکر کرده اید که چرا شیر همیشه در انتهای فروشگاه و بسیار دورتر از مکان ورودی قرار دارد؟ مدیران سوپرمارکت ها شیرها را در این مکان قرار می دهند به امید اینکه نظر خریداران را به هزاران موردی که در راه آنها تا رسیدن به یخچال مورد نظر وجود دارد، جلب کنند و باعث خرید آنها شوند.

هرب سورنسن، رفتارشناس خریداران، با این راهبرد مخالف است. او معتقد است که این کار باعث پریشانی احساسی خریداران می شود و آنها شیر مورد نیاز خود را از مکان دیگری خریداری خواهند کرد. این نوع تاکتیک چیدمان کالاها یک نوع

بد فهمی است که سورنسن از آن با عنوان مشکل بزرگ خرده فروشان و تولیدکنندگان یاد می کند. آنها میلیاردها دلار خرج می کنند تا درباره مشتریان بیشتر بیاموزند و با این وجود از درک رفتار مشتریان در فروشگاه هایشان عاجزند. سورنسن به حوزه کاملاً جدیدی در تحقیقات مصرف کننده وارد شده است و از آن جا که این کار تخصص اوست، مسئله تعجب برانگیزی نیست. با توجه به اینکه او به موارد واقعی پیچیده با پشتوانه تحقیقات، جداول، آمار و داستان های موردی، اشاره می کند، اغلب خوانندگان، متقاعد خواهند شد که از روش او استفاده کنند. این یک مبحث حیاتی برای خرده فروشانی است که به افزایش فروش به وسیله درک بهتر خواسته خریداران و تامین آن علاقه مند هستند.

کیان نامه

www.kyansoftco.com

کیان در دومین کنفرانس خرده فروشی



دومین کنفرانس خرده فروشی ایران برگزار شد
شرکت کیان در بزرگترین رویداد علمی و اقتصادی کشور در زمینه خرده فروشی با نام « دومین کنفرانس خرده فروشی ایران » حضوری پررنگی داشته است و با حضور شخصیت های علمی برجسته، سرمایه گذاران و مدیران فروشگاه های زنجیره ای و شرکت های تامین کننده تجهیزات برگزار شد. این کنفرانس با سخنرانی دکتر رضوی، رئیس دانشکده کار آفرینی دانشگاه تهران افتتاح شد.

از مطالبی که در این کنفرانس به آن اشاره شد میتوان به محورها و عوامل متنوع تاثیرگذار بر این صنعت همچون موقعیت یابی فروشگاههای و املاک و مستقالات، سیستم های فرانسیز خرده فروشی، استراتژی های بازار یابی و خرده فروشی (Retail Marketing Strategies) مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. در این کنفرانس مسائل تخصصی تری همچون مدیریت سبد کالا و مدیریت زنجیره تامین، مدیریت منابع انسانی در صنعت خرده فروشی، تکنولوژی های سخت افزاری، جایگاه و نقش تجهیزات در فروشگاه داری نوین، بازاریابی مبتنی بر ارزش (Value Retail)، مدیریت مالی، مدل های کسب و کار خرده فروشی توسط سخنرانان مختلف مطرح شد و شرکت کنندگان در دو پنل پرسش و پاسخ با حضور اعضا در این عرصه شرکت نمودند. در کنار این کنفرانس علمی، نمایشگاهی از عرضه کنندگان و تامین کنندگان تجهیزات فروشگاه های زنجیره ای برگزار شد که شرکت « کیان نور رایانه » بعنوان پراسابقه ترین تولیدکننده نرم افزار های جامع فروشگاه های ایران، به عنوان یکی از اسپانسر های اصلی این کنفرانس حضور پررنگی داشت .

کیان نامه

شماره ۵ ، بهمن ۹۰

آدرس دفتر مرکزی : تهران-خیابان سهروردی شمالی
کوچه بسطامی - پلاک ۲۷-ساختمان کیان نور رایانه
کدپستی ۱۵۵۵۸۱۸۶۱۴

www.kyansoftco.com

