



Il modello perfetto: cosa può fare il sistema POS giusto per la tua attività di abbigliamento

Ultima modifica gennaio 2024

Non è un segreto che gli acquirenti di abbigliamento apprezzino la facilità e la velocità dell'e-commerce.

Possono scegliere gli stili, i colori e le dimensioni che desiderano, caricare i loro carrelli e semplicemente fare clic su “acquista”. Tuttavia, dato che un numero sempre maggiore di clienti inizia e addirittura completa i propri acquisti sul web, non abbandona le vetrine dei marchi di abbigliamento, tutt'altro.

Più della metà dei consumatori in un recente studio ha dichiarato che preferisce acquistare abbigliamento in negozio. In un altro studio, più del 31% dei consumatori statunitensi ha dichiarato di aver ritirato i propri acquisti online più recenti in negozio rispetto al 23% del 2021. In Australia, le aziende di abbigliamento si sono rese conto che gli acquirenti non stanno facendo più distinzione tra acquisti online e in negozio e stanno introducendo innovazioni digitali per facilitare le transizioni degli acquirenti tra un canale e l'altro.

Ci sono diversi motivi per cui gli acquirenti apprezzano ancora visitare un negozio fisico per acquistare abbigliamento: possono provare gli articoli prima di acquistarli (il che è particolarmente importante per gli acquirenti europei), chiedere suggerimenti e consigli al personale e persino costruire relazioni con i loro venditori preferiti. È chiaro che l'esperienza in negozio è ancora un punto di contatto cruciale per i marchi di abbigliamento, un fattore che anche coloro che dispongono di piattaforme di e-commerce eccezionali e di presenza online non possono permettersi di trascurare.

I sistemi POS (Point of Sale) possono far nascere o interrompere l'esperienza di acquisto del cliente in negozio. I rivenditori che si affidano a un solido sistema POS possono deliziare gli acquirenti nel momento in cui entrano nei loro negozi, preparare il personale al successo e implementare e scalare rapidamente nuove funzionalità e strumenti in base alla loro crescita. D'altro canto, coloro che non colgono nel segno con un POS di base rischiano di lasciare il personale di vendita impreparato nell'assistenza dei propri acquirenti, il che può spingere i clienti a rivolgersi ad altri rivenditori.

In che modo il sistema POS di un'azienda può migliorare l'esperienza in negozio per i suoi clienti? In questo documento esaminiamo le sfide che questi rivenditori devono affrontare mentre lavorano per offrire interazioni eccezionali ai clienti su larga scala. Esploriamo anche il modo in cui un prodotto completo come Shopify POS possa aiutare i marchi a risolvere questi problemi integrandosi completamente con le loro piattaforme di e-commerce esistenti, fornendo informazioni in tempo reale sull'inventario, offrendo funzioni eccezionali rivolte ai clienti e altro ancora.

Diamo un'occhiata alle funzionalità del POS che le aziende di abbigliamento dovrebbero tenere in mente per distinguersi dalla concorrenza e migliorare l'esperienza dei clienti in negozio.



Punti dolenti dell'acquisto e soluzioni POS

Poiché i marchi di abbigliamento lavorano instancabilmente per creare e differenziare il proprio nome, devono includere esperienze di pagamento semplificate per trovare il favore degli acquirenti. Ciò è particolarmente vero per le aziende che operano in diverse sedi, poiché gli acquirenti si aspettano che le esperienze di acquisto siano coerenti tra i canali e le vetrine.

Ecco alcuni dei principali punti deboli che affliggono i rivenditori di abbigliamento multi-sede e come questi possono sfruttare sistemi POS completi per risolverli.

Gestione dell'inventario

Punti dolenti

Le aziende di abbigliamento multi-sede devono affrontare la notevole sfida di gestire il proprio inventario in vari magazzini e vetrine. L'inventario ha spesso un volume elevato e cambia rapidamente tra la merce che esce ed entra; inoltre, le numerose variazioni di taglia e colore tra i prodotti e la stagionalità dei capi d'abbigliamento aggiungono complessità. Di conseguenza, i marchi di abbigliamento spesso trascorrono innumerevoli ore a fare manualmente il punto del proprio inventario e a spostare gli articoli tra magazzini e negozi, rischiando esaurimenti o scorte eccessive se non riescono a tenere conto anche delle più piccole variabili come le taglie o i colori.

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

Uno dei superpoteri di un sistema POS ottimizzato è che offre una visione unificata dell'inventario tra i canali. I marchi di abbigliamento possono rimanere al passo con i livelli di inventario in continua evoluzione nei negozi e nei magazzini in tempo reale e c'è corrispondenza tra ciò che è elencato come disponibile per gli acquirenti online e in negozio. Il software POS giusto offre anche ai rivenditori di abbigliamento gli strumenti per analizzare i dati di vendita, stabilire le tendenze e semplificare l'evasione degli ordini per spostare le scorte in modo efficiente. Questo li aiuta a determinare con precisione la domanda e a migliorare il ricambio delle scorte, affinché gli scaffali dei negozi siano costantemente riforniti e l'abbigliamento non rimanga in giacenza nei magazzini.

Cosa cercare

Funzionalità omnicanale che unifichi le informazioni approfondite di inventario raccolte dalle vendite online e in negozio

Strumenti di previsione che consentano alle aziende di abbigliamento di spostare gli articoli in modo efficiente tra negozi e magazzini

Software che tenga traccia dei livelli di scorte in più sedi in tempo reale per evitare esaurimenti o merci in eccesso

Il margine POS Shopify

Con Shopify POS, le aziende possono monitorare gli stati dell'inventario in 1.000 sedi, accedere a informazioni approfondite in tempo reale e ottenere strumenti di previsione per trasportare i prodotti giusti nelle sedi giuste, sia in negozio che online.



Fidelizzazione dei clienti e CRM

Punti dolenti

Le aziende traggono enormi vantaggi dalla creazione di solide relazioni con i clienti, raccogliendo i frutti di un aumento dei valori medi degli ordini, informazioni approfondite sulle cronologie degli acquisti e fidelizzazione a lungo termine. A tal proposito, la ricerca dimostra che solo il 20% dei clienti di un'azienda rappresenta circa l'80% dei suoi profitti. Tuttavia, la gestione delle risorse dei clienti (Customer Resource Management, CRM) è un'area in cui i marchi di abbigliamento multi-sede non riescono a offrire un'esperienza unificata. Senza utilizzare un sistema POS completo con funzionalità CRM e la possibilità di sincronizzare i diversi canali, le aziende avranno difficoltà a riunire insieme i profili dei clienti tra le varie sedi, a scapito delle vendite e della fidelizzazione, se non sono in grado di anticipare le esigenze degli acquirenti.

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

I sistemi POS completi consentono ai marchi di abbigliamento di abbinare le informazioni approfondite sulle vendite ai profili dei clienti per garantire che il personale abbia accesso a preziosi dati, preferenze e offerte di fidelizzazione dei clienti. Questa armonizzazione può creare ottime opportunità per esperienze personalizzate che fanno sentire i clienti apprezzati, promuovono la fedeltà omnicanale e li incoraggiano a fare acquisti che altrimenti potrebbero non fare.

Un addetto alle vendite in negozio, ad esempio, potrebbe estrarre il profilo di un cliente al momento del pagamento e notare che ha lasciato un articolo nel carrello online. Il dipendente potrebbe quindi ricordare all'acquirente l'acquisto in sospeso e persino rendere l'offerta più allettante con uno sconto o una promozione. Questi tipi di opportunità di vendita potrebbero portare a profitti significativi, soprattutto perché quasi il 70% dei consumatori abbandona i propri carrelli online prima di fare clic su "acquista".

Quasi il 70% dei consumatori abbandona i propri carrelli online prima di fare clic su "acquista".



Cosa cercare

Integrazione con gli strumenti CRM per potenziare le esperienze in negozio in base alle preferenze dei singoli clienti

Funzionalità integrate che colleghino i dati dei clienti online e in negozio per offrire un'esperienza coerente e uniforme

Strumenti che consentano ai marchi di personalizzare le esperienze di pagamento in base ai propri clienti, dalle integrazioni di fidelizzazione alle API che consentono esperienze di pagamento soddisfacenti

Il margine POS Shopify

Con Shopify POS le aziende possono trattare ogni acquirente come un VIP grazie ai profili dei clienti che condividono lo storico degli acquisti, la spesa complessiva, le preferenze e molto altro ancora. I marchi possono utilizzare queste informazioni approfondite per costruire relazioni durature e premiare i clienti fedeli con eventi esclusivi, sconti e altri vantaggi.

Gestione dei dati

Punti dolenti

L'incapacità di acquisire, riconciliare e capitalizzare i dati è un'altra potenziale insidia per i marchi di abbigliamento. Ad esempio, i rivenditori che non possono registrare le proprie vendite online e in negozio in un unico sistema devono dedicare tempo e risorse a colmare le lacune nel proprio inventario e alla ricerca di carenze di scorte tra magazzini e vetrine. Le interazioni con i clienti, i processi di gestione delle scorte e le cronologie degli ordini offrono preziose informazioni approfondite, ma solo se le aziende sono dotate di strumenti per analizzare, gestire e agire su di esse tra i canali.

E ci sono molte prove che dimostrano quanto le aziende possano guadagnare investendo nell'analisi e nella gestione dei dati. Una ricerca dimostra che durante la pandemia, 25 rivenditori con le migliori performance si sono affidati fortemente alle loro capacità digitali, compresa l'analisi dei dati, per superare i ritardatari nell'adozione digitale, rendendo i rivenditori leader [più redditizi dell'83%](#).

Le interazioni con i clienti, i processi di gestione delle scorte e le cronologie degli ordini offrono preziose informazioni approfondite.

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

Un potente sistema POS unifica i processi di back-office, facendo risparmiare tempo ai responsabili di negozio e al personale collegando i dati di clienti, vendite e inventario su tutti i canali e negozi in tempo reale. Il software alla base di questi sistemi può compilare ed elaborare dati di vendita che aiutano le aziende di abbigliamento a individuare le tendenze dei clienti e associarle ai dati degli inventari, in modo da garantire che stiano rifornendo ciò che gli acquirenti desiderano.

I sistemi POS davvero rivoluzionari possono elevare ulteriormente questa efficienza con dashboard personalizzabili, offrendo ai marchi e al loro personale il pieno controllo sulle informazioni approfondite a cui accedono e consentendo loro di visualizzare i dati più pertinenti alle loro esigenze.

Cosa cercare

Strumenti che sincronizzino i dati dei clienti tra i canali per garantire che il personale del punto vendita abbia accesso alle informazioni più aggiornate sul cliente al momento del pagamento

Integrazione con un software che tenga traccia dei dati di e-commerce, offrendo agli addetti alle vendite in negozio una visione olistica delle preferenze dei loro clienti e la possibilità di consigliare articoli oppure offrire vantaggi fedeltà

La possibilità di riconciliare i dati tra i vari canali per ottenere informazioni su quali prodotti si vendono meglio e in quali momenti

Il margine POS Shopify

Shopify POS fornisce report omnicanale basati sui dati per offrire alle aziende di abbigliamento analisi dettagliate dei propri dati di vendita. I marchi possono prendere decisioni informate con informazioni dettagliate sui report per personale, sede, periodo di tempo o cliente. Il “Report vendite per sede di fatturazione”, ad esempio, misura i miglioramenti nelle vendite online nell’area circostante una determinata vetrina, mentre il “Report clienti nel tempo” indica quanti nuovi clienti hanno acquistato per la prima volta in una vetrina.



Vendita omnicanale

Punti dolenti

Agli acquirenti non piace essere vincolati ad alcun canale, con il [22% dei consumatori in un recente studio](#) che afferma di voler associare i precedenti ordini online alle uscite al dettaglio in negozio. Tenere traccia dei propri ordini e dati mentre si passa da un canale all'altro è una necessità, ma ciò può essere difficile senza l'aiuto di un sistema POS unificato.

I canali di vendita isolati creano un'esperienza frammentaria per gli acquirenti, lasciando il personale in negozio al buio sulle preferenze di acquisto degli acquirenti e rendendo i clienti più propensi a cercare concorrenti in grado di anticipare le loro esigenze tra i canali. Per i marchi di abbigliamento è difficile mantenere una certa flessibilità nell'evasione degli ordini, poiché i rivenditori senza canali di vendita unificati si affidano a catene di approvvigionamento non centralizzate e a informazioni sui dati che li mettono a rischio di [esaurimenti](#) o [merci in eccesso](#).

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

I clienti di oggi vogliono la libertà di effettuare acquisti in modo digitale, in negozio o persino utilizzando una combinazione di entrambi i canali. Il sistema POS di un'azienda dovrebbe essere in grado di soddisfare le esigenze degli acquirenti in qualsiasi momento durante il percorso di acquisto con funzionalità come [compra online e ritira in negozio \(BOPIS\)](#), lo scambio in negozio o le opzioni di reso per gli acquisti online e buoni regalo che funzionino su tutti i canali. Si aspettano anche di trovare ciò che vogliono o di essere in grado di acquistarlo e di farlo spedire direttamente, quando entrano nei negozi, e una strategia di vendita omnicanale lo consente semplificando l'evasione degli ordini tra i canali.

Cosa cercare

Un'unica soluzione che consenta alle aziende di vendere ovunque si trovino i propri clienti senza creare l'inventario o silos di dati

Software che consenta agli acquirenti che hanno acquistato abbigliamento online di scambiare o restituire gli articoli in negozio senza problemi

Funzionalità di creazione di report che uniscono senza problemi le informazioni approfondite provenienti dalle vendite online e in negozio

Il margine POS Shopify

Shopify POS offre un'esperienza unificata ai marchi di abbigliamento, i quali adotteranno gli strumenti e i dati per vendere su più canali e fornire un'esperienza coerente e piacevole ai loro clienti, sia che acquistino online che in negozio in qualsiasi luogo.



Gestione del personale

Punti dolenti

Lavorare in un negozio può essere scoraggiante. I dipendenti di ogni nuova sede devono impostare sistemi per seguire, monitorare e gestire il proprio inventario e i dati dei clienti, i quali possono essere dispendiosi in termini di tempo e complessi. Molti marchi di abbigliamento offrono commissioni o altri incentivi alle vendite per il proprio personale, rendendo ancora più importanti la creazione di report accurati e il monitoraggio delle prestazioni. Una soluzione POS ottimizzata semplificherà questi processi, ma i rivenditori che si affidano a sistemi disgiunti rischiano di addossare al proprio personale errori di duplicazione dati, riunificazione manuale e valutazioni imprecise delle prestazioni che non tengono conto delle vendite duramente guadagnate.

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

Un sistema POS completo aumenterà l'efficienza e fornirà al personale, dagli addetti alle vendite ai magazzinieri, fino ai dipendenti aziendali, dati e informazioni approfondite in tempo reale, garantendo al contempo l'accesso solo a ciò di cui hanno bisogno. I sistemi POS ottimizzati forniscono anche un hardware potente che consente al personale del negozio di completare una vendita al piano o al banco, evitando i colli di bottiglia del personale e mantenendo il percorso senza intoppi per gli acquirenti. Inoltre, i potenti sistemi POS monitorano accuratamente le prestazioni e attribuiscono le vendite ai membri del personale giusti man mano che vengono realizzate, garantendo che i dipendenti siano premiati per il loro duro lavoro sul campo e possano essere dislocati secondo necessità durante i periodi di punta dello shopping.

Un sistema POS completo aumenterà l'efficienza e fornirà al personale dati e informazioni approfondite in tempo reale, garantendo al contempo l'accesso solo a ciò di cui hanno bisogno.



Cosa cercare

La capacità di creare un numero illimitato di profili POS per il personale, consentendo alle aziende di abbigliamento di scalare senza problemi con l'aggiunta di negozi o dipendenti

Controlli che consentono ai manager di rivedere e approvare determinati compiti o funzioni, come l'elaborazione dei resi o l'offerta di vantaggi o sconti

Software che fornisce ai marchi informazioni approfondite in tempo reale sulle prestazioni del personale, affinché possano aiutare il loro team a festeggiare i traguardi e il personale durante le ore di punta

Il margine POS Shopify

Che i marchi impieghino team di 10 o 200 persone, Shopify POS consente loro di gestire facilmente il personale. Grazie a funzioni come ruoli e permessi personalizzati, possibilità di aggiungere un numero illimitato di dipendenti e attribuzione delle vendite al personale, Shopify POS ha gli strumenti necessari per gestire i dipendenti in molte sedi. Inoltre, fornisce strumenti specifici per i manager che monitorano accuratamente i parametri per ciascun addetto alle vendite e offrono informazioni sulle loro prestazioni.

Estensibilità

Punti dolenti

Le aziende di medie dimensioni che desiderano scalare ulteriormente hanno bisogno di un sistema POS che cresca con loro. Sebbene le soluzioni POS pronte all'uso funzionino perfettamente per i marchi di piccole dimensioni, le aziende più grandi potrebbero richiedere personalizzazioni per portare i propri sistemi POS a un livello superiore. Inoltre, i sistemi POS rigidi vincolano le aziende a funzioni specifiche senza offrire l'accesso a nuove funzioni in caso di crescita. La sfida consiste nel trovare il giusto sistema POS in grado di accogliere senza problemi le estensioni.

In che modo il sistema POS giusto può aiutare

I sistemi POS adattabili forniscono strumenti come le estensioni e le API dell'interfaccia utente (user interface, UI) oltre a una serie di funzioni già consolidata, consentendo ai marchi di abbigliamento di adattare il proprio sistema POS alle loro esigenze. Le aziende possono anche fare affidamento su sistemi POS flessibili per integrarsi con funzionalità come le app fedeltà.

Cosa cercare

Un sistema POS che offra app per potersi integrarsi perfettamente con il suo software, affinché i membri del personale possano sfruttare i componenti aggiuntivi con facilità

Un fornitore POS che aggiorni regolarmente le librerie di componenti per aiutare le aziende a sbloccare nuove opportunità di flusso di lavoro

Il margine POS Shopify

I marchi possono aumentare il coinvolgimento degli utenti con le estensioni dell'UI POS su Shopify POS. Possono personalizzare facilmente i loro sistemi POS con funzionalità creative che sembrano semplici e native di Shopify. Queste estensioni offrono alle aziende la flessibilità e l'agilità necessarie per integrare funzionalità personalizzate e distinguersi dalla concorrenza.

Il punto di partenza

I sistemi POS scelti dalle aziende di abbigliamento multi-sede svolgono un ruolo fondamentale nel determinare il successo delle loro strategie di vendita omnicanale, la preparazione e formazione del personale, le esperienze di acquisto dei clienti e, in ultima analisi, la loro capacità di crescere e scalare. La scelta di un sistema POS di base privo di flessibilità e che non si integra con le piattaforme di e-commerce crea silos di dati e lascia poco spazio per adattarsi alle mutevoli abitudini dei clienti, il che può influire negativamente sulla loro esperienza di acquisto con un marchio di abbigliamento.

Questo è ciò che rende così importante l'integrazione di un'offerta POS ottimizzata. Un sistema POS completo consente alle aziende di abbattere le barriere che separano le funzioni di back-office e di vendita, incontrare i clienti che iniziano e finiscono i loro acquisti tra i canali e ottenere informazioni approfondite in tempo reale sulla gestione dell'inventario.

[Shopify POS](#) è ideale per mantenere sincronizzati i processi di back-office dei marchi e offrire loro l'adattabilità per monitorare l'inventario e le scorte in modi che abbiano senso per ogni vetrina e stagione. I membri del personale possono accedere ai dati per una visibilità immediata dell'inventario disponibile e, con l'hardware Shopify come ad esempio [POS Go](#), possono completare il pagamento in modo sicuro ovunque nel negozio. Shopify POS è anche facile da lanciare, con funzionalità pronte all'uso che permetteranno a un'azienda di effettuare il pagamento in pochi minuti. Allo stesso tempo, offre opportunità di integrazione con le estensioni dell'UI per aiutarli a ottimizzare i loro sistemi e offrire vantaggi che stupiscono i loro acquirenti.

I sistemi POS completi hanno il potere di motivare e informare il personale di vendita dei marchi di abbigliamento, soddisfare le esigenze dei clienti tra i canali e di eliminare i problemi di crescita logistica man mano che aumentano. È giunto il momento che i marchi trovino il modello POS perfetto per portare la propria attività ai massimi livelli.

[Contattaci](#)

