

# GAMMA RETAIL 2.0

**TeamSystem.**  
the way ahead for your business

## Affidabile e flessibile

Supporta il lavoro nel negozio in ogni momento dalle operazioni di vendita all'analisi dei dati.



### Prerequisiti

dot Net Framework ver. 4.0  
Sql Server 2008 Express Edition  
SyncFramework  
SyncFramework ver. 2.1  
Provider Services ver. 2.1  
Database Providers ver. 3.1

### Installazione

Front End  
Front Office

### Manuali

Guida Operativa  
Guida Installazione  
Documenti di Rilascio

Altre Risorse

La potenza è nulla senza controllo, recita una fortunata campagna pubblicitaria di una nota azienda di pneumatici italiana. L'immagine del campione olimpico ai blocchi di partenza calzando scarpe dai tacchi vertiginosi rende bene l'esigenza di porre attenzione non solo alle competenze tecniche dell'atleta, e dell'automobile, ma anche agli strumenti adottati per tenere la strada. Fuor di metafora, quello spot esprime con immediatezza la necessità che l'eccellenza nei processi logistico-organizzativi e la conoscenza dei mercati siano combinate con efficaci strumenti di coordinamento e dominio delle dinamiche interne ai punti di vendita. Fra questi ultimi, particolare rilievo va assegnato ai sistemi informativi e in particolare al presente modulo del Retail, che si prefigge lo scopo di rispondere efficacemente alle necessità di qualsiasi realtà aziendale che opera nel commercio. Retail, estremamente flessibile, diventa specifico per qualsiasi tipologia di attività e facilmente fruibile, dai grossisti ai cash & carry al singolo negozio. Laddove il tradizionale registratore di cassa risponde unicamente ad esigenze fiscali, senza offrire altro supporto, Retail garantisce l'intera gestione dell'attività.



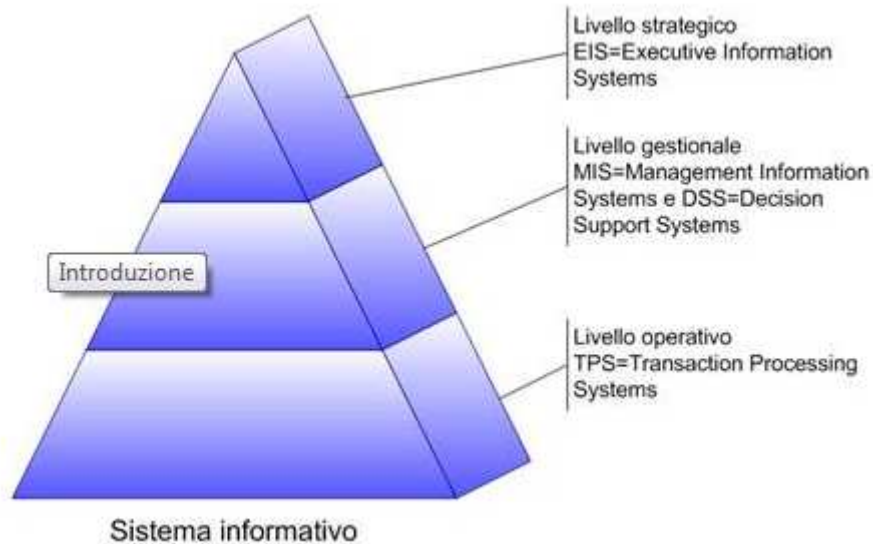
In verità l'esigenza di controllo sistematico sui fatti posti in essere da un'organizzazione è evidenziata fin dall'epoca del rifiorire dei traffici commerciali del tardo medioevo italiano con l'utilizzo di metodologie atte a rilevare i fenomeni contabili. La nascita della Ragioneria come disciplina nel 1494 configura pertanto il nesso tra l'analiticità del fatto aziendale e la sua rappresentazione, divenendo un linguaggio fondamentale per descrivere le relazioni economiche dell'azienda fornendo un primo supporto informativo di carattere amministrativo e manageriale. C'è stata pertanto un'evoluzione dei sistemi informativi che si può delineare in tre fasi: la prima è quella in cui il sistema informativo coincide con il sistema contabile delle rilevazioni senza ausilio di strumenti tecnologici; la seconda con l'introduzione di rilevazioni di natura extra-contabile e lo sviluppo di sistemi di pianificazione, programmazione e controllo anche attraverso l'utilizzo di strumenti meccanici, meccanografici, elettrocontabili; la terza vede l'ingresso del calcolatore elettronico e delle reti, permettendo l'attivazione di flussi di comunicazione (interni ed esterni) in tempo reale, e l'integrazione delle conoscenze prodotte dalle varie aree funzionali del management.

Per poter essere competitivi occorre, dunque, disporre anche di adeguati strumenti di dominio dei sistemi cognitivi economico-aziendali, le scarpe della metafora. Pertanto in un'età tecnologica come quella attuale, ogni aspetto gestionale e operativo si basa su un forte utilizzo dell'informazione e di conseguenza le tecnologie informatiche e i relativi sistemi informativi sono diventati la base per ogni tipo di business in quanto modificano profondamente la capacità dell'impresa di trattare l'informazione a livello di raccolta, elaborazione, archiviazione e trasmissione. Servizio al cliente, strategie di marketing, sono solo alcune delle funzioni che dipendono in tutto o in parte dal Retail, la cui dipendenza deriva principalmente da 3 fattori in quanto:

- funge da supporto per tutte le operazioni di business,
- è un valido strumento di aiuto per il management nel prendere decisioni,
- permette il raggiungimento di un durevole vantaggio competitivo.

Ai fini di un'adeguata comprensione delle esigenze informative interne, di una corretta progettazione di un efficace sistema di controllo e, più che altro, dall'ottenimento dei benefici attesi da tale meccanismo non è sufficiente, però, dotarsi esclusivamente di componenti materiali. Così come per aver dominio della strada non basta indossare scarpe sportive o pneumatici nuovi. Occorre tener conto che l'azione del sistema informativo si esplica nell'alimentare i sistemi decisionali: operativo e di controllo, secondo determinate modalità e tempi, attraverso una rete di comunicazioni.

Ritornando alla metafora precedente, non basta la decisione di acquistare un treno di pneumatici per consentire a qualsiasi automobilista di sfruttare in tranquillità la potenza della propria auto. Spesso, infatti, l'acquisto è fatto solo per ragioni d'emulazione o per raggiungere scopi e interessi particolari; oppure sulla base di una convinzione solo esteriore e simbolica che tali supporti informatici costituiscono uno strumento veramente essenziale per garantire la sicurezza e le performance dell'azienda. In sintesi, la progettazione e l'implementazione d'adequati strumenti di gestione e controllo, in grado di ottenere preziose informazioni sulle performance da conseguire e quelle ottenute, costituiscono necessità ormai ineludibili.



Da qui, la valenza strategica che può assumere la funzione del Retail presso ogni azienda commerciale e le sue implicazioni organizzative che strettamente la connaturano. Ad oggi, al mero fatto contabile, sono stati sviluppati strumenti di Knowledge Management relativi a ulteriori fatti conoscitivi della realtà aziendale.

In tutto ciò, l'informazione riveste un ruolo di importanza cruciale, specie come capacità di interpretazione del dato. Da una parte l'azienda si trova a investire maggiori risorse nel personale e nella propria struttura per fronteggiare la gestione della conoscenza nell'organizzazione, dall'altra a livello macro i mercati sono ormai sensibili alla risorsa informazione (recente è l'approfondimento delle relative tematiche negli studi sulla cosiddetta Economia della Conoscenza).

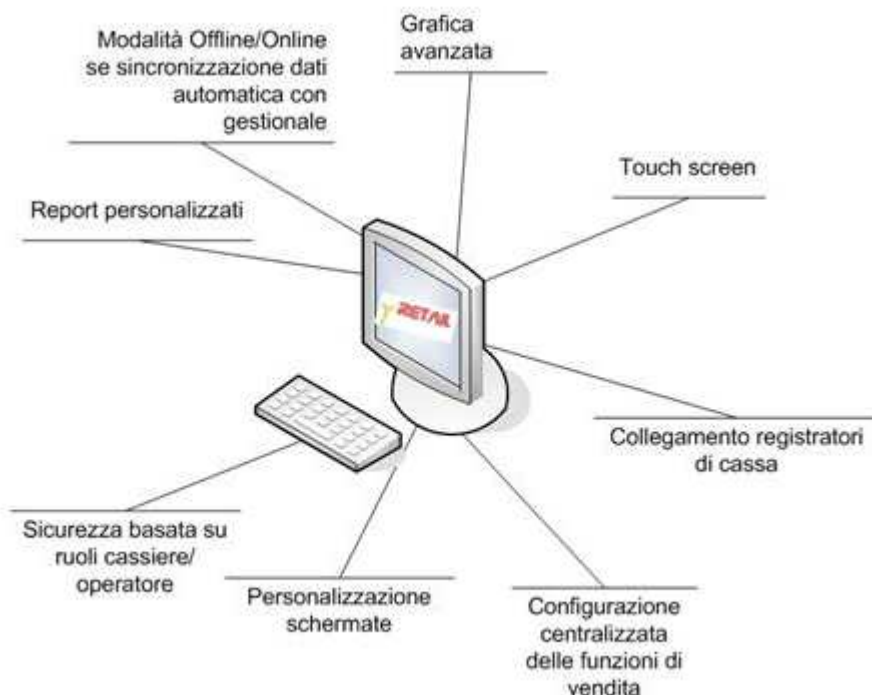


Retail produce pertanto l'insieme delle informazioni per conoscere i fenomeni aziendali attraverso le operazioni di rilevazione organizzate nei corrispondenti sistemi. Possiamo definirlo come una combinazione di risorse, umane e materiali, e di procedure organizzate per la raccolta, l'archiviazione, l'elaborazione e lo scambio delle informazioni necessarie alle attività operative, alle attività di gestione, alle attività di programmazione, controllo e valutazione dell'organizzazione. La gestione di un'organizzazione richiede in modo imprescindibile l'uso efficace del sistema informativo, si tratta quindi di una competenza critica per il successo nell'ambiente economico attuale che richiede una adeguata strategia, un suo fallimento comporta un disallineamento tra il business e le strategie aziendali portando al mancato raggiungimento degli obiettivi.

Nella prospettiva di considerare il sistema informativo quale area di intervento strategico, esso viene visto come una variabile organizzativa che può influenzare la progettazione degli assetti organizzativi per quanto riguarda la loro capacità di ridurre la complessità, e con la sua automazione, pone l'accento sul ruolo di standardizzazione apportato nell'organizzazione dalla tecnostruttura, in particolare la funzione tecnica che gestisce i sistemi informativi; infine considera il flusso delle informazioni sottostanti al business attraversanti le funzioni aziendali una delle leve di maggior rilevanza strategica per ottenere un vantaggio competitivo.

Nella concezione sistemica dell'azienda (quale sistema aperto, cibernetico, dinamico e complesso), il sistema informativo si profila come sottosistema aziendale, i cui caratteri di base coincidono con quelli dell'azienda medesima, e della quale focalizza appunto il fenomeno delle informazioni sotto l'aspetto della loro produzione e comunicazione.

Retail è la soluzione gestionale ideale per qualunque tipo di attività, supportando il lavoro in ogni momento, dalle operazioni di vendita all'analisi di andamento dell'attività. Caratteristiche principali (illustrate di seguito) sono di velocizzare i processi di gestione, semplificare il lavoro degli operatori con funzioni di facile apprendimento ma di straordinaria efficacia, monitorare in ogni momento i risultati della propria attività.



L'architettura di Retail permette di gestire, contemporaneamente, numerosi punti cassa. L'attività può essere divisa in reparti a cui associare una o più casse e una lista specifica di articoli, con relativo listino prezzi. Retail permette di configurare completamente il "Negozio" da gestire con particolare riferimento a:

- definizione del punto vendita e specifiche postazioni cassa
- attribuzione di una classe prodotti vendibile nel negozio
- attribuzione di listini base di vendita con priorità e date di validità
- creazione di un elenco di operatori/venditori autorizzati ad operare nel punto vendita

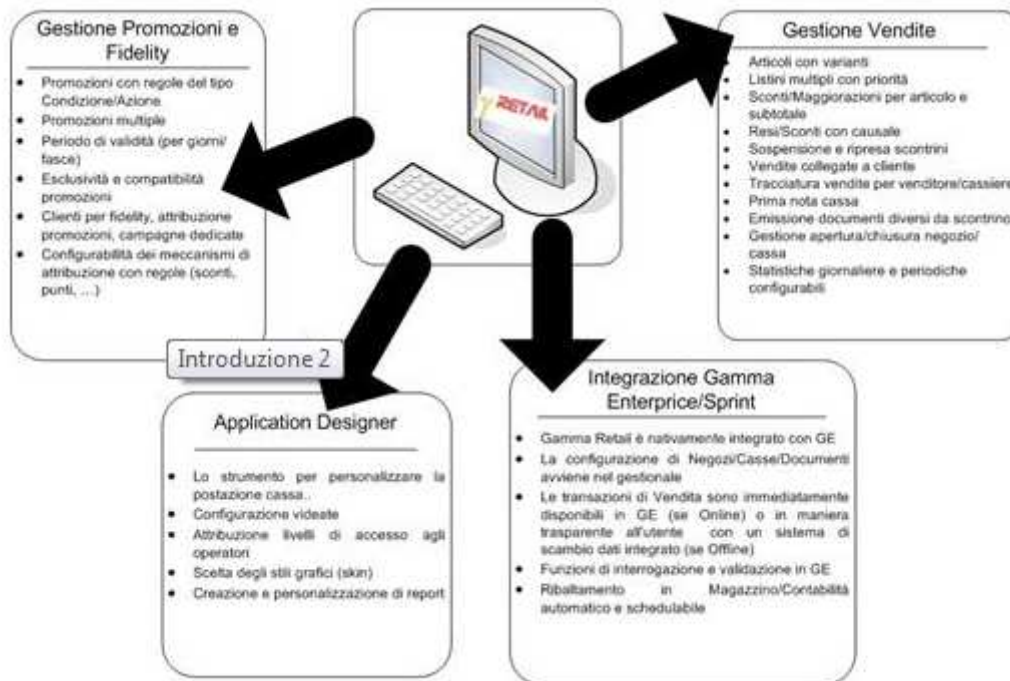
Inoltre è possibile configurare completamente anche la Postazione Cassa:

- tipo di registratore collegato (ECR)
- gestione dei codici reparto/aliquote iva/rapporti da utilizzare sull'ECR

Altrettanto importante è la configurazione delle funzionalità gestionali, in particolare la postazione cassa sarà autorizzata ad utilizzare un insieme di funzioni gestionali:

- Definizione documenti gestibili (scontrini, apertura/chiusura cassa, ddt, ...)
- Definizione registri su cui annotare documenti e numerazioni
- Causali per riga documento (vendite, resi, omaggi, ...)
- Modalità di pagamento
- Definizione attributi utilizzabili come elementi aggiuntivi della vendita
- Modelli raccolta dati legati alla vendita (CRM base)

Ai fini di un'adeguata comprensione delle esigenze informative interne aziendali, di una corretta progettazione di un efficace sistema di gestione/controllo e, più che altro, dell'ottenimento dei benefici attesi da Retail i principali ambiti di applicazione. Così come per aver dominio della strada non basta indossare scarpe sportive o pneumatici nuovi.



# TeamSystem.

www.teamsystem.com

## TeamSystem s.p.a.

61100 Pesaro (PU)  
Via Gagarin, 205/206  
Tel. 0721/42661  
Fax 0721/400502  
info@teamsystem.com

60019 Senigallia (AN)  
Via Caduti sul Lavoro, 1  
Tel. 071/79081  
Fax 071/7920604  
info.sen@teamsystem.com

86100 Campobasso (CB)  
Ripalimosani (z.i. Pesco Farese)  
Tel. 0874/60561  
Fax 0874/482396  
info.cb@teamsystem.com

60044 Fabriano (AN)  
Via Serraloggia, 90/B  
Tel. 0732/24871  
Fax 0732/627131  
info.fab@teamsystem.com

20099 Sesto San Giovanni (MI)  
Piazza Don Mapelli, 1  
Tel. 02/93169104  
Fax 02/93184387  
info.mi@teamsystem.com

**AZIENDA CON SISTEMA DI  
GESTIONE PER LA QUALITÀ  
CERTIFICATO DA DNV  
=UNI EN ISO 9001:2000=**

Sedi certificate: Pesaro e Senigallia

Certified Software Partner

---

Data SYMPOSIUM

*...un passo avanti*

Viale Porto Torres 32, 07100 Sassari - Sardegna

Tel.: 0792678051 Fax 0792633737

www.datasymposium.it info@datasymposium.it