



## EKSPERT RADZI

**Włodzimierz Tomiński,**  
*dyrektor ds. rozwoju Insertu,*  
podpowiada, jakimi kryteriami wyboru powinien kierować się właściciel sklepu zamierzający kupić system obsługi sprzedaży.

Punktem wyjścia są konkretne potrzeby, z których każda firma przymierzająca się do zakupu systemu obsługi sprzedaży musi sobie zdawać sprawę. W przypadku prowadzących sklepy główne kryteria to:

• **SZYBKOŚĆ SPRZEDAŻY** – klienci czekający w kolejce wymagają błyskawicznej obsługi. Jeżeli obsługa klienta wymaga używania myszki, to radzę zapomnieć o takim systemie;

• **BEZAWARYJNOŚĆ** – nie ma programów doskonałych ani bezawaryjnych, ale w przypadku sprzedaży detalicznej jakiegokolwiek przestój związany z awarią systemu jest niedopuszczalny;

• **REJESTRACJA FISKALNA** – urządzenie, które mamy, musi działać z produktem, który chcemy zakupić;

• **INTUICYJNOŚĆ I AUTOMATYCZNOŚĆ** – system powinien być nie tylko zrozumiały

i obsługiwany intuicyjnie, lecz także mieć to coś, co sprawia, że powtarzające się użycia funkcji zostaną automatycznie zapamiętane;

• **SPOKOJNY SEN** – musimy mieć pewność, że dane są bezpieczne, że producent oferuje wsparcie, naprawia usterki i rozwija produkt;

• **SYSTEM NIE MOŻE MĘCZYĆ** – kryterium niedoceniane przy pierwszym zakupie programu, ale zawsze dostrzegane po dłuższym czasie używania (rok, dwa).