

**System automatyzacji Phantom**  
**Podsystem bluetooth CRM**  
**Oferta dla lokali gastronomicznych**



## **1. Wprowadzenie**

Na dzisiejszym rynku gastronomicznym wciąż wąskie gardło stanowi obsługa z perspektywy klienta. Kelnerzy nie są w stanie na bieżąco przyjmować zamówień i służyć pomocą wszystkim klientom. Przepływ informacji między restauracją a klientem jest dławiony. Tradycyjne menu w dobie elektronicznych urządzeń i pośpiechu traci na znaczeniu i jest czynnikiem składającym się na wąskie gardło funkcjonowania lokalu. Czas, który mógłby być spożytkowany na zamówienie większej ilości dań/artykułów jest konsumowany przez sam ich wybór i obecną procedurę przekazywania informacji. Dodatkowo istnieje ryzyko ze błędnie spisane przez kelnera (lub błędnie odczytane na późniejszym etapie) danie zniechęci klienta do lokalu. Przekłada się to na efektywną stratę dla restauracji.

Z drugiej strony znaczna część klientów restauracji posiada i nosi przy sobie telefony komórkowe typu smartphone które mogą zastąpić w pewnym stopniu kelnera i zoptymalizować jego pracę. Telefony te mogą bezprzewodowo wymieniać dane/komunikaty z komputerem restauracji w trybie bezpośrednim znacznie ułatwiając pracę zarówno kelnerowi, kucharzowi jak i klientowi. Stosując te rozwiązanie nie ma już potrzeby składania zamówienia poprzez kelnera, oczekiwania na menu, sprawdzania czy danie jest rzeczywiście dostępne itp. Ponadto klient może przekazać wiele bezcennych informacji włączając w to ocenę lokalu w sposób obecnie niedostępny inną drogą. Z perspektywy klienta wygląda to tak jakby miał osobistego kelnera do dyspozycji przez cały czas.

Istotne jest również wyodrębnienie nowego kanału reklamowego. Na telefony mogą być przesyłane (i tam też zapisane) reklamujące restaurację ulotki elektroniczne, menu lub jakakolwiek inna informacja (w dowolnej postaci - np. obrazek) ludziom znajdującym się w

poblizu. Nie ma więc potrzeby zatrudniania roznosicieli ulotek/drukowania czegokolwiek. Co więcej – system przedstawia statystyki odnośnie ilości wysłanych/zaakceptowanych (prze czytanych) „wirtualnych ulotek” i na bieżąco informuje o imprezach/promocjach. System ten może działać 24h/dobę. Jest to zaleta zarówno pod względem ekologicznym, wydajnościowym jak i finansowym. Reklama tą drogą jest też znacznie bardziej przyjazna dla potencjalnego klienta.

## 2. Niezbędne komponenty

- a) SERWER USŁUG: Komputer z oprogramowaniem:
- 1) Windows XP (lub wyższy)
  - 2) system bazy danych zgodny z OLEDB (mySQL, SQL Server, Oracle itp.) na którym będą przechowywane wszystkie statystyki, dane klientów oraz informacje specyficzne dla restauracji
  - 3) System Phantom firmy Stensoft
  - 4) Adapter bluetooth
  - 5) Procesor 1.5GHz + Pamięć 512MB
- b) Telefony komórkowe po stronie klientów z obsługą bluetooth

## 3. Zarys funkcjonalny

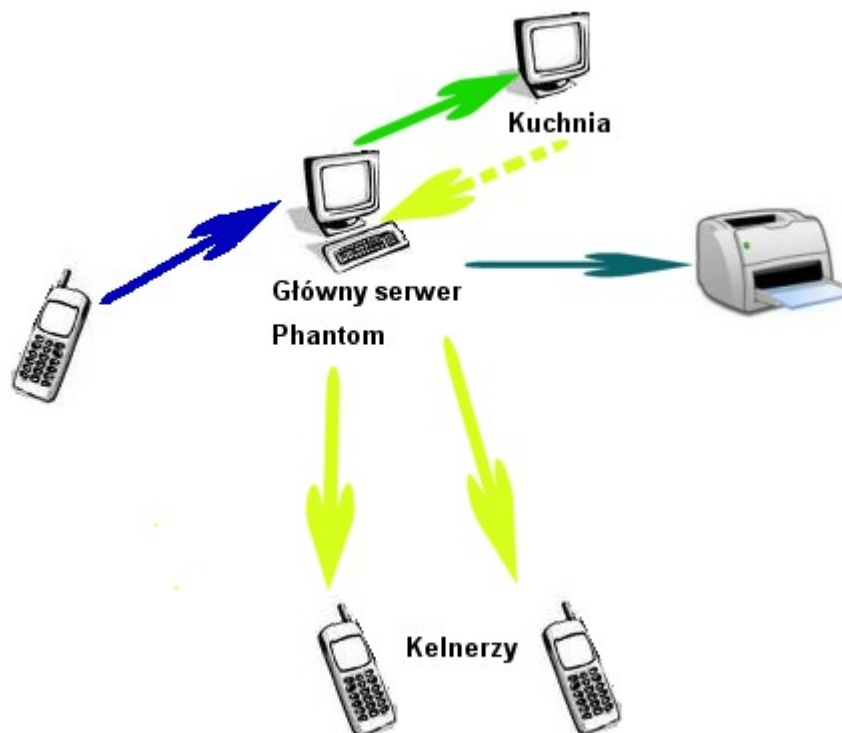
System umożliwia bezpośrednią komunikację z potencjalnym klientem gdy tylko ten znajdzie się w pobliżu adaptera bluetooth serwera (przeważnie w promieniu ok. 10m od serwera). Komunikacja odbywa się kanałem komputer->telefon komórkowy. Klient jest unikalnie identyfikowany przez telefon (lub telefony). Sygnalizuje systemowi swoje potrzeby za pomocą darmowej aplikacji w telefonie komórkowym do obsługi restauracji (jest ona automatycznie wysyłana na telefon). Już samo znalezienie się w zasięgu nadajnika powoduje przesłanie mini-oferty restauracji (nie ma potrzeby instalacji aplikacji w telefonie na tym etapie) – np. danie dnia lub identyfikacja stałego klienta i oferta zniżki. Instalując teraz dedykowane oprogramowanie klient może przejrzeć elektroniczną wersję menu, zamówić danie w dowolnym momencie bez udziału kelnera, skorzystać z oferty dla stałych klientów bez potrzeby zakładania specjalnych kart itp. (identyfikacja poprzez telefon komórkowy), dowiedzieć się ile czasu zajmie przyrządzenie dania, sprawdzić dostępność dania (natychmiastowo wyeliminować aktualnie niemożliwe do zrealizowania zamówienia z uwagi np. na brak surowca) czy nawet otrzymać kopie rachunku bezpośrednio na telefon (oraz opcjonalnie email) w formie wiadomości. Cała obsługa ma ponadto charakter spersonalizowany – aplikacja w telefonie klienta wyświetla historię zamówionych potraw, tych najlepiej ocenianych, ulubionych, nowych pozycji menu wartych uwagi, może nawet przekazywać informacje o uczuleniach itp. Stanowi to radykalny postęp w kontekście jakości obsługi klienta. Aplikacja będzie oferowana w wielu językach znacząco ułatwiając realizację zamówień składanych przez obcokrajowców (np. podczas Euro 2012). Zamówienie klienta jest natychmiast przesyłane z jego telefonu do restauracji. Kucharz jest w stanie na bieżąco śledzić zamówienia na poszczególne dania (przez monitor/drukarke). Kelner również ma znacznie ułatwione zadanie gdyż w momencie gdy danie jest już gotowe może być poinformowany poprzez inną aplikację w telefonie lub monitor. Dodatki do potraw np. sos, musztardę, sól itp klient również opcjonalnie domawia w dowolnym momencie poprzez aplikację w telefonie informując bezpośrednio np. kelnera.

Możliwe jest też oczywiście automatyczne tworzenie raportów w dowolnej postaci – sms, mms, email, baza danych, Excel, html (np. automatyczna publikacja poprzez WWW) itp. Wdrożenie aplikacji może mieć charakter rozszerzenia ale nie musi ingerować w istniejące systemy. Może się też jednak integrować z tradycyjnymi systemami już wdrożonymi w lokalu, funkcjonować jako kanał bluetooth marketingu lub stanowić pełnowartościowy system wspierający prowadzenie lokalu.

Obsługa systemu jest trywialna i łatwa do opanowania przez pracowników.

Wdrożenie systemu może odbywać się płynnie poprzez stopniową eliminację starej procedury (np. pierwsza faza obejmująca bezpośrednio zamówienia przez telefon do kuchni następnie dalsze optymalizacje).

Dostępne będą 2 wersje: standardowa (tańsza) oraz nieco droższa wersja profesjonalna.



Powyżej przedstawiony jest prosty scenariusz serwera Phantom z bazą danych i notyfikacjami dla kelnerów poprzez telefony i drukowaniem zamówień/wstępnych rachunków. Dodatkowo informacje mogą być przekazywane drogą dźwiękową poprzez syntezytor mowy (j. ang).

#### 4 . Cele i korzyści wdrożenia

- 1) Optymalizacja obsługi klientów
- 2) Zwiększenie wydajności pracowników
- 3) Podniesienie jakości i atrakcyjności świadczonych usług
- 4) Obniżenie kosztów działalności
- 5) Rozszerzenie zakresu usług i obszaru zysków (np. reklama napojów w aplikacji na telefon, bluetooth marketing, zakupy sugerowanych dodatków)
- 6) Wprowadzenie nowości technologicznych w celu podniesienia rangi lokalu (lokal będzie się wyróżniał na tle konkurencji)
- 7) Podniesienie jakości komunikacji z klientem
- 8) Dokładny pomiar realnej szybkości obsługi klientów

- 9) Zbieranie informacji o klientach, które mogą być użyte następnie w celach reklamowych, promocyjnych (masowa wysyłka email, sms itp)
- 10) Zacieśnienie relacji z klientem poprzez personalizację usług
- 11) Monitorowanie ocen poszczególnych składowych tworzących kompletny wizerunek restauracji (obsługa, jakość posiłków, itp)
- 12) Eliminacja pomyłek, błędów podczas zamówień
- 13) Zastosowanie nowego systemu obsługi w celu przyciągnięcia klientów
- 14) Darmowa reklama lokalu związana z unikalnymi rozwiązaniami technicznymi
- 15) Rejestracja zamówień/analiza statystyczna
- 16) Identyfikacja nowego/stałego klienta (rejestrowane odwiedziny) – obsługa wiedząc że ma do czynienia z nowym klientem może podejść do niego w indywidualny sposób aby zwiększyć szanse ze powróci jeszcze do lokalu (analogicznie innego podejścia mogą wymagać stali klienci); sama identyfikacja nie wymaga żadnej interwencji ze strony obsługi ponieważ jest to proces automatyczny
- 17) Integracja grupowa klientów (wersja Pro) – nowatorskie rozwiązanie umożliwiające umawianie się w restauracji/zostawianie wiadomości dla uprzednio zdefiniowanych znajomych
- 18) Ułatwienie zarządzania rezerwacjami (wersja Pro) – klient może bezpośrednio rezerwować stoliki; otrzymuje potwierdzenie sms/email/bluetooth
- 19) Automatyzacja rezerwacji imprez urodzinowych (wersja Pro) – system znając przybliżoną datę urodzin automatycznie wysyła życzenia oraz oferty poprzez sms/email/mms; po akceptacji klienta aplikacja może we własnym zakresie uaktualnić tabelę zarezerwowanych imprez;

## 5 . Kontekst działania

Lokale gastronomiczne.

## 6 . Zasada działania aplikacji klienckiej

Podstawowe obszary funkcjonalne:

- 1) Zamawianie:

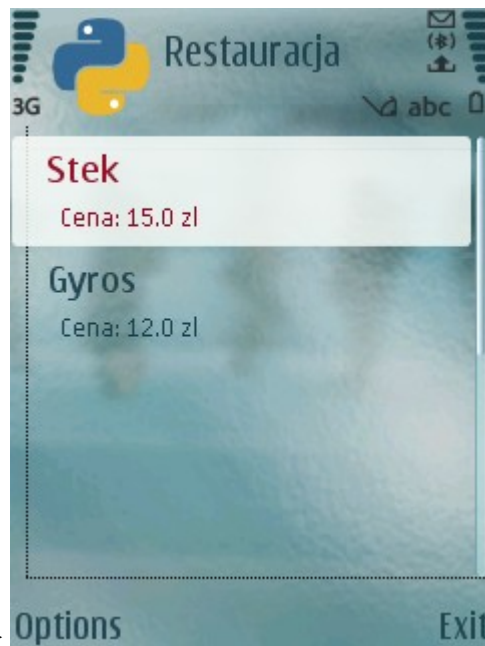
Klient jest witany wiadomością (przedstawiony jest przykład dotyczący stałego klienta – może być prezentowana dowolna treść). Jeżeli nie jest zainstalowana aplikacja to zostanie przesłana w stosownym momencie na telefon klienta.



Po uruchomieniu aplikacji dostępne są następujące opcje:



Klient wybiera potrawę z menu (wyświetlane są tylko obecnie dostępne dania):



Dostępna jest opcja podglądu/opisu dania:

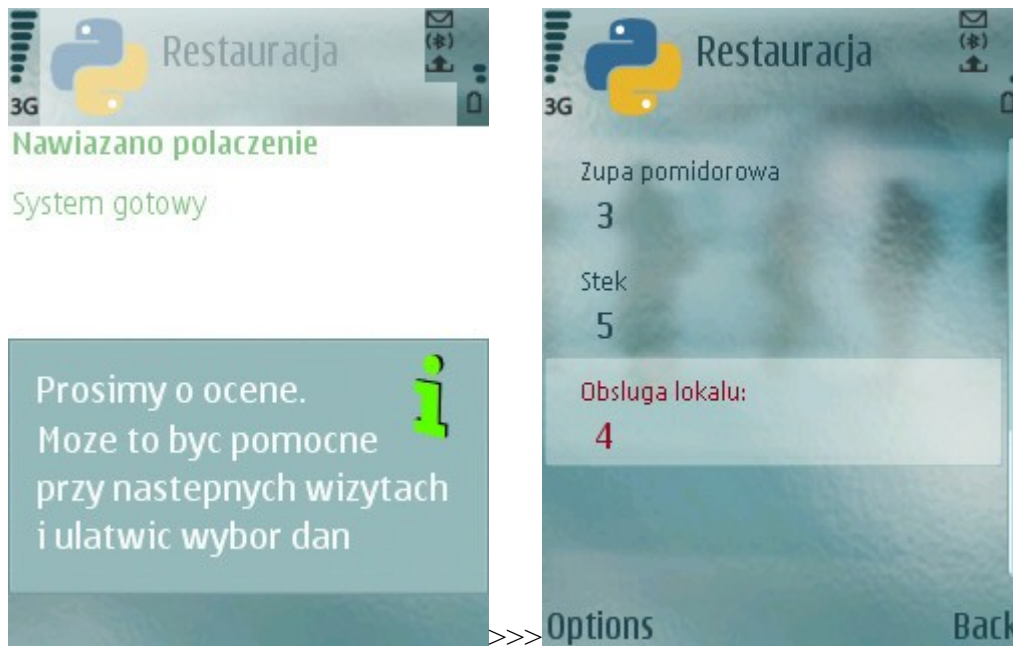


Do samej potrawy system sugeruje dodatki:



Następnie klient zatwierdza wybór informując tym samym kuchnię restauracji.

- 2) Ostatnią fazę stanowi zamówienie rachunku. Zanim jednak to się stanie klient ocenia swoje wrażenia z pobytu:

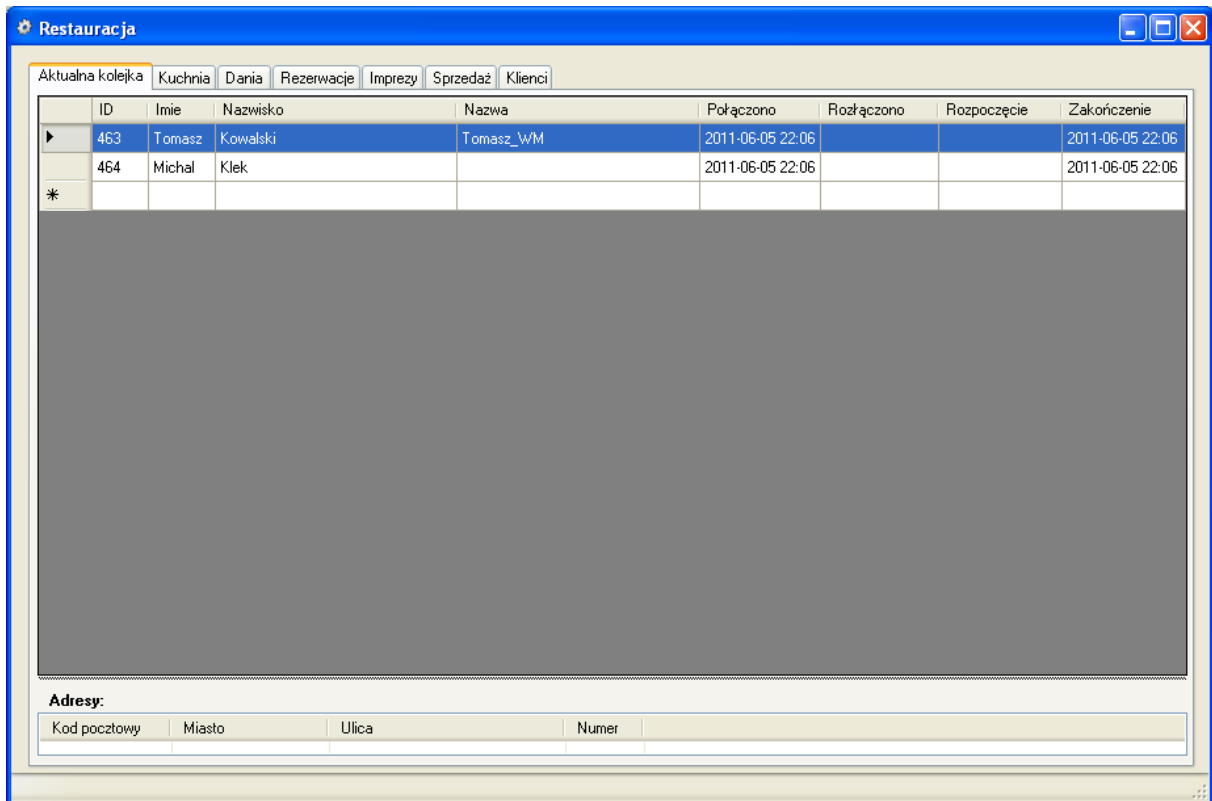


Najwyżej oceniane dania trafiają na listę ulubionych dla danego klienta. Lista ulubionych dostępna jest do podglądu więc przy następnych wizytach można się nią sugerować. Ponadto klient ma możliwość przesłania informacji o sobie co w konsekwencji rozszerza spektrum możliwości marketingowych (email, miesiąc urodzenia, nr telefonu). Podając np. numer telefonu ma dodatkowo do dyspozycji opcję synchronizacji spotkań poprzez kalendarz w telefonie w danej restauracji ze znajomymi. Znajomość daty urodzin ułatwi pozyskiwanie klientów w kontekście imprez urodzinowych.

## 7. Aplikacja dla restauracji

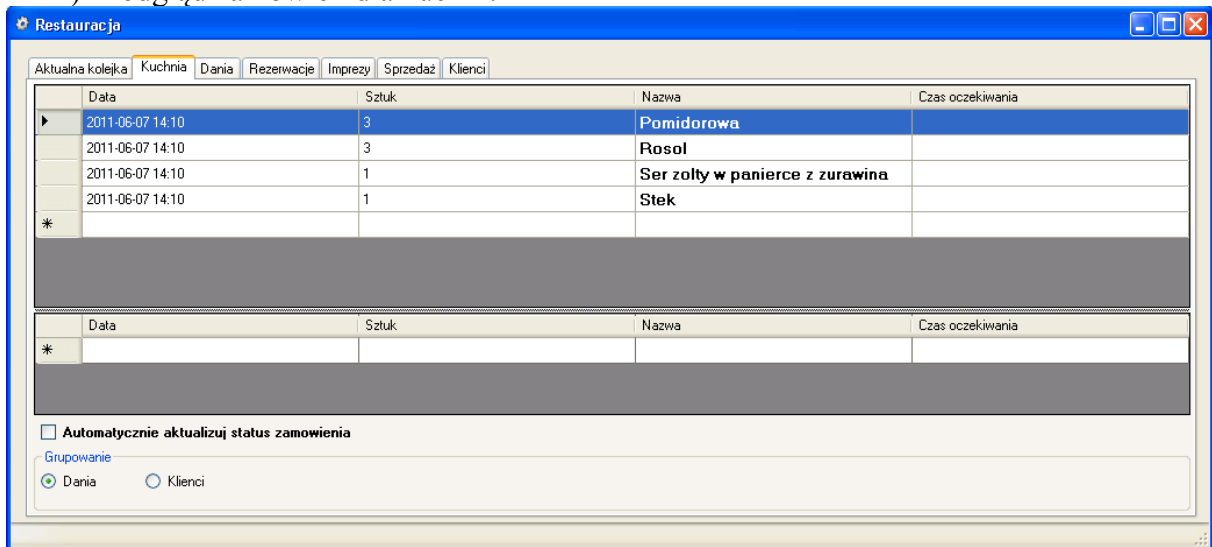
Przedstawiony jest główny moduł i skrótowy opis najważniejszych elementów.

1) Aktualna „kolejka”:



Jest to lista osób aktualnie przebywających w restauracji. Różni klienci (stali, nowi) mogą być wyróżniani innymi kolorami.

## 2) Podgląd zamówień dla kuchni:



Zamówienia przesłane przez telefon są na bieżąco aktualizowane na tym ekranie.

## 3) Dania:

ID	Nazwa	Cena	Dostępność	Wprowadzone	Ilość	Jednostka	Czas oczekiwania
1	Ser zolty w panierce z...	12	<input checked="" type="checkbox"/>				10
2	Pieczyno czosnkowe...	6	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Pomidorowa	3	<input checked="" type="checkbox"/>				10
4	Rosol	3	<input checked="" type="checkbox"/>				10
5	Barszcz	3	<input checked="" type="checkbox"/>				
6	Stek	15	<input checked="" type="checkbox"/>				20
7	Gyros	12	<input checked="" type="checkbox"/>				
*			<input type="checkbox"/>				

#### 4) Klienci:

ID	Imię	Nazwisko	Adres email	Numer telefonu	Dokument
1	Michał	Klek	mich12@wp.pl	889712222	
2	Tomasz	Kowalski	takow@wp.pl		
*					

**Wyslij wiadomości**

Wysyłka do 2 z 2

Sposób wysyłki

- SMS (telefon)
- E-mail
- SMS (telefon)
- Karta kontaktowa (telefon)
- Spotkanie (telefon)
- MMS (telefon)

Zapraszamy na obiad w srode

OK Anuluj

Klienci mogą otrzymywać różnymi drogami np. informacje o promocjach.

## 8. Podsumowanie

W odróżnieniu od istniejących rozwiązań zasadniczym celem wdrożenia jest optymalizacja newralgicznego punktu jakim jest obsługa z perspektywy klienta. Samo

zautomatyzowanie/zooptymalizowanie funkcjonowania poszczególnych organów restauracji stosownym oprogramowaniem wnosi niewiele w tym kontekście i nie jest odczuwalne bezpośrednio po stronie konsumenta. Dopiero dostarczenie mu elastycznego, niezawodnego mechanizmu realizacji jego potrzeb który jest w stanie zacieśnić więź z lokalem może przynieść wymierne korzyści. Zostało to już udowodnione w Stanach Zjednoczonych gdzie implementacja nawet prostszego systemu o podobnym charakterze wpłynęła na wzrost liczby klientów. Oczywiście istotą funkcjonowania restauracji jest kuchnia więc sam system nie jest czynnikiem decydującym w tym względzie ale stanowi dodatkową atrakcję i po prostu ułatwia życie klientom zachęcając tym samym do częstych odwiedzin. Jest to też wyraz szacunku dla klienta i jego czasu. Ludzie chętniej wybierają lokale gdzie obsługa trwa relatywnie krótko – szczególnie podczas lunchów w pracy kiedy to lokale z czasochłonną obsługą są natychmiast eliminowane. Istotą systemu jest zooptymalizowanie a nie wyeliminowanie obsługi poprzez kelnera więc nie ma przeszkód dla osób które wolą tradycyjną procedurę zamawiania (kontakt z obsługą restauracji również ma istotny wpływ na jej postrzeganie). Koncepcja ta ma szansę się przyjąć wśród klientów biznesowych którzy oprócz jakości cenią sobie wydajność i nowatorskie rozwiązania.

## 9. Charakterystyka techniczna

System jest wielowarstwowy. Zaprezentowana warstwa korzysta z wdrożeniowej wersji niskopoziomowego systemu do automatyzacji procesów biznesowych Phantom. Oferuje on uwierzytelnianie, rozproszone przetwarzanie skryptowe i własny model obiektowy dostępny dla skryptów w wielu językach (VBScript, JavaScript, Python itp). Możliwa staje się automatyzacja za pomocą komunikatorów email, sms, dynamiczne generowanie dokumentów, raportów w dowolnych formatach oraz integracja z bazami danych. W rezultacie bardzo proste staje się rozszerzenie funkcjonalności i dostosowanie do specyficznych potrzeb restauracji. Możliwa jest więc dowolna decentralizacja systemu gdzie np. na 1 komputerze znajduje się baza danych, na innym serwer Phantom (może być przydatne np. w przypadku sieci restauracji z 1 centralą). Dodatkowo nie jest wymagana żadna skomplikowana infrastruktura. Łączność z telefonami odbywa się w sposób automatyczny (wymagane jest tylko uaktywnienie systemu Bluetooth). Sama aplikacja na telefon z czasem będzie częścią większej pojedynczej aplikacji do obsługi innych obiektów. W pierwszej fazie projektu będzie dostępna na platformy Symbian, Android, Windows Mobile.