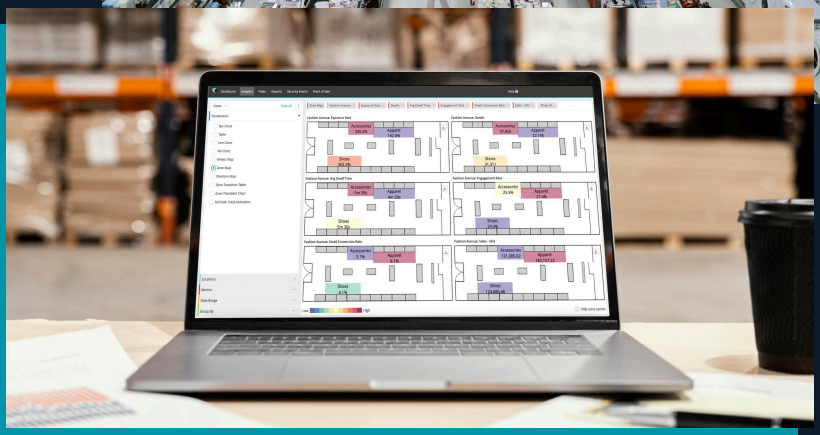
RetailNext









INSIGHTS

اطلع على الطريقة التي يتحرك بها المتسوقون والموظفون فعليًّا داخل متاجرك، حتى تتمكن من اختبار أي تغيير استنادًا إلى أدلة ملموسة قبل تطبيقه على جميع متاجرك.

تُطلعك Traffic Analytics على عدد المتسوقين الذين يدخلون المتجر ويقومون بعمليات الشراء. أما Insights فتُطلعك على ما يحدث بين هذين الحدثين. وهي مبنية على Full Path Analysis، حيث تجمع البيانات الواردة من أجهزة استشعار Aurora® المتعددة لتشكل رؤية شاملة على مستوى المتجر بأكمله لكيفية تحرك المتسوقين والموظفين داخله. وتضيف Engagement Analytics التفاصيل على مستوى المناطق: أين يتوقف المتسوقون، وما الذي يجذب انتباههم، وأين يتوقف تفاعلهم.

تستخدمه كبرى شركات البيع بالتجزئة لاختبار فرضية معينة، أو تصميم جديد، أو تغيير في طريقة عرض البضائع، أو نموذج لتوزيع الموظفين في مجموعة محددة من المتاجر، والحصول على الأدلة اللازمة لتقرير ما إذا كان الأمر يستحق التوسع في تطبيقه على نطاق أوسع.

T. INNOVATION. AGILITY. IMPACT. INNOVATION. AGI
PACT. INNOVATION. AGILITY. IMPACT. INNOVATION.
IMPACT. INNOVATION. AGILITY. IMPACT. INNOVATION

ما تقدمه Insights: مصممة للاختبار، وليس للتتبع فحسب

أربع طرق لتحويل حركة العملاء في جميع أنحاء المتجر إلى أدلة يمكنك الاستفادة منها في اتخاذ الإجراءات اللازمة.

Full Path Analysis

يقوم تحليل المسار الكامل (Full Path Analysis، FPA) بدمج المسارات الواردة من عدة مستشعرات Aurora® متداخلة لتشكيل مسار واحد لكل متسوق أو موظف، متتبعهما عبر كامل مساحة الطابق بدلاً من الاكتفاء بمجال رؤية مستشعر واحد. والنتيجة هي رحلة كاملة، وليست سلسلة من عمليات العد المنفصلة في كل منطقة على حدة.

الخرائط الحركية وانتقالات المناطق

تُظهر الخرائط الحركية الأماكن التي يتجمع فيها المتسوقون والموظفون بشكل أكبر، بينما توضح بيانات الانتقال بين المناطق كيفية تنقلهم بينها. ويُتيح كلاهما رؤية المناطق الأفضل والأسوأ أداءً في المتجر بنظرة واحدة، دون الحاجة إلى انتظار تقرير مخصص.

Engagement Analytics

قم بقياس المدة التي يقضيها المتسوقون في أي منطقة أو عرض أو رف، وما إذا كان هذا الوقت يؤدي إلى تحويلات. وعندما يتغير مؤشر التحويل، تساعدك Insights في تحديد ما إذا كان السبب هو المخزون أو الموظفين أو التصميم، بدلاً من الاعتماد على التخمين.

تصنيف المتسوقين والموظفين والمشترين

يتم تصنيف كل مسار على أنه «متسوق» أو «موظف»، أو «مشترٍ» أو «غير مشترٍ»، ويمكن تصنيفه بشكل أكثر تفصيلاً وفقًا للخصائص الديموغرافية التي يحددها الذكاء الاصطناعي. وهذا يتيح معرفة كيفية تأثير تفاعلات الموظفين على عملية البيع، والمراحل التي يتوقف فيها المتسوقون عن التفاعل قبل الشراء.



رؤية موحدة تشمل جميع العلامات التجارية

تنظم شركة Sharaf DG، وهي سلسلة متاجر متعددة العلامات التجارية متخصصة في بيع الأجهزة الإلكترونية وتضم 30 متجراً في الإمارات العربية المتحدة والبحرين ومصر وعمان، كل متجر في مساحات تُعرف باسم brandboxes، وهي مساحات مخصصة لكل شريك من شركاء العلامات التجارية. ولقياس أداء كل مساحة ودعم نموذج مشاركة البيانات مع هؤلاء الشركاء، قامت Sharaf DG بنشر RetailNext Traffic Analytics وInsights المدعومين بتقنية Aurora®. وتُدمج بيانات رحلة المتسوق الآن مباشرةً في بيئة ذكاء الأعمال الخاصة بـ Sharaf DG جنبًا إلى جنب مع بيانات المخزون والموظفين وتخطيط الطلب، مما يوفر لفرق التسويق والترويج والعمليات رؤية موحدة بدلاً من التقارير المنفصلة.

اقرأ دراسة الحالة

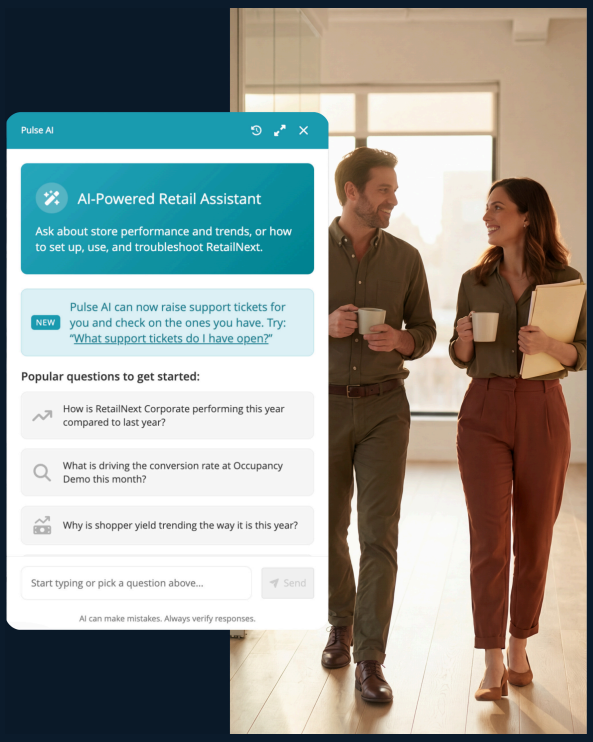
30 متجرًا. 4 دول.

يتم تتبع أكثر من مليون زيارة للمتسوقين كل شهر.

مصمم لإجراء اختبارات مركزة

تحتاج Full Path Intelligence إلى عدة أجهزة استشعار Aurora® متداخلة لتغطية الطابق بأكمله في المتجر، لذا يقوم معظم تجار التجزئة بنشرها في مجموعة صغيرة وممثلة من المتاجر بدلاً من نشرها في جميع متاجرهم. وهذا أمر مقصود: فهو يهدف إلى التحقق من صحة الفرضية قبل أن يلتزم تاجر التجزئة بتطبيقها في كل مكان.

Time Machine تحافظ على مرونة تلك المتاجر. يمكن لفرق العمل في المتجر إعادة ترتيب متجر المختبر وفقًا لمتطلبات الاختبار، ويتم إعادة معالجة المناطق التي تُضاف أو تُنقل لاحقًا استنادًا إلى المسارات المسجلة مسبقًا. وتظل اختبارات A/B دقيقة وفي الوقت نفسه قابلة للتكيف، ولا يُفقد أي سجل عند تغيير تخطيط المساحة.

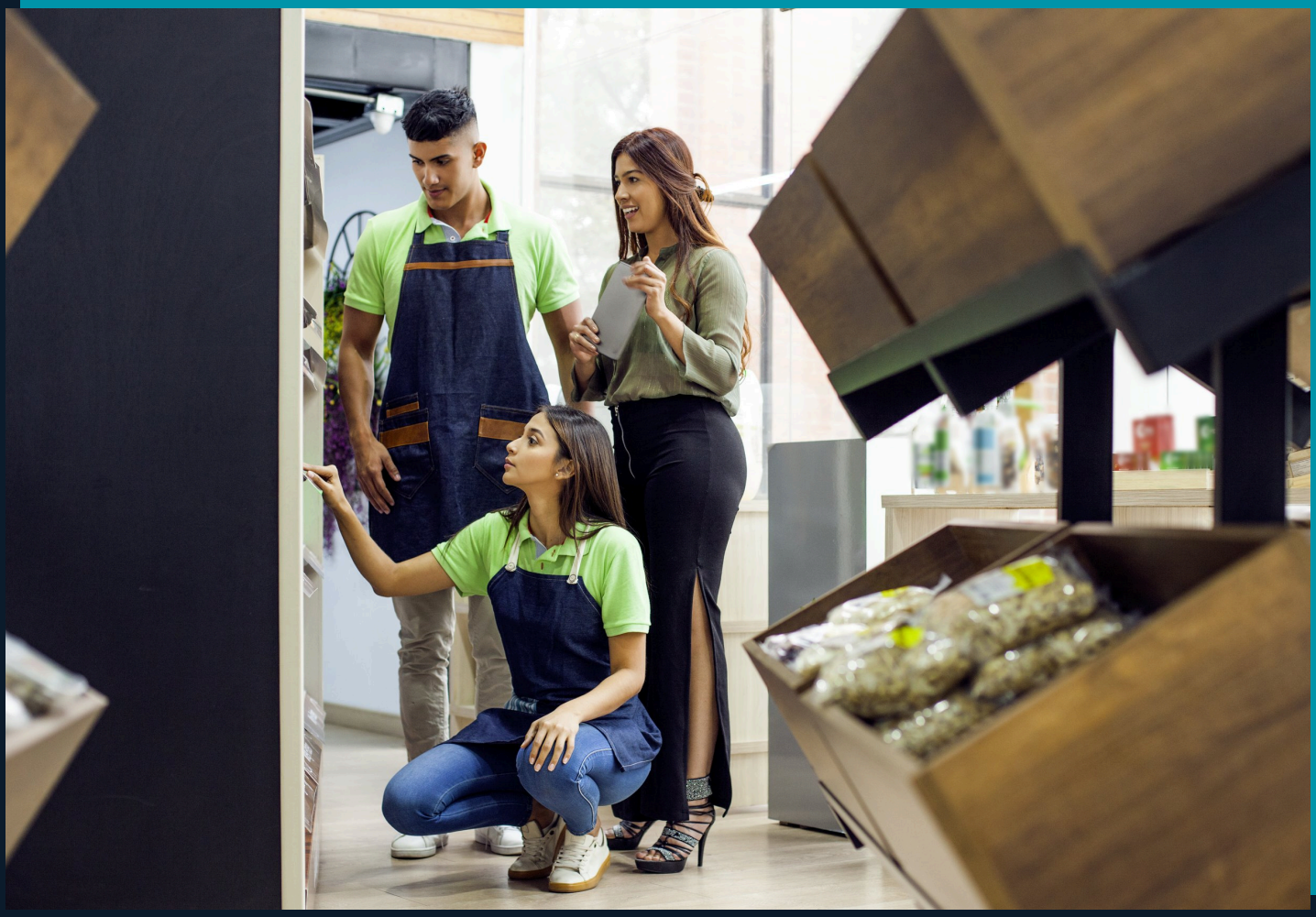


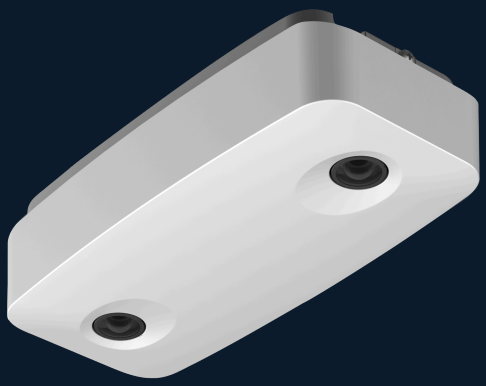
Pulse AI: الإجابة، وليس التقرير

تتوفر ميزة Pulse AI في كل لوحة تحكم تابعة لـ RetailNext، بما في ذلك Insights، وتُحوّل القياسات التي أجرتها المنصة إلى إجابة بلغة بسيطة. فإذا سألت عما إذا كان المتسوقون يقضون وقتًا أطول أمام العرض الجديد مقارنةً بالعرض الذي حل محله، فستحصل على الإجابة استنادًا إلى البيانات التي تم جمعها مسبقًا.

لا حاجة إلى إعداد تقارير، ولا كتابة استعلامات، ولا استثمار في التدريب قبل أن يتمكن مدير المتجر أو مسؤول العرض من تنفيذ ما ورد في التقرير. وتأتي خدمة Pulse AI مضمنة في كل اشتراك دون أي تكلفة إضافية.

اكتشف PULSE AI





مدعوم من Aurora®

يعمل Insights على Aurora®، وهو المستشعر نفسه الذي يحسب بالفعل حركة الزوار في صالة المبيعات، لذا فإن هذه النظرة السلوكية الأعمق لا تتطلب أي أجهزة منفصلة أو مصدر بيانات ثانٍ.

اكتشف AURORA®

لماذا RetailNext

ظلت مهمة RetailNext ثابتة: توفير بيانات دقيقة، محمية بشكل ملائم، ومقدمة في صيغة تتيح للمستخدمين اتخاذ الإجراءات اللازمة بناءً عليها. ويخضع كل تثبيت للتدقيق للتأكد من استيفائه لحد أدنى من الدقة. كما أن كل عملية نشر قابلة للتوسع عبر الأسواق واللغات والصيغ المختلفة دون أن تشكل عبئًا إضافيًا على قسم تكنولوجيا المعلومات. وتُبنى كل علاقة على أساس شراكة طويلة الأمد، مدعومة بخبراء في مجال التجزئة ودعم فني متاح على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع.

600+
العلامات التجارية

100+
الدول

2007
سنة التأسيس

احجز مكالمة تعريفية

RetailNext

INNOVATION. AGILITY. IMPACT.