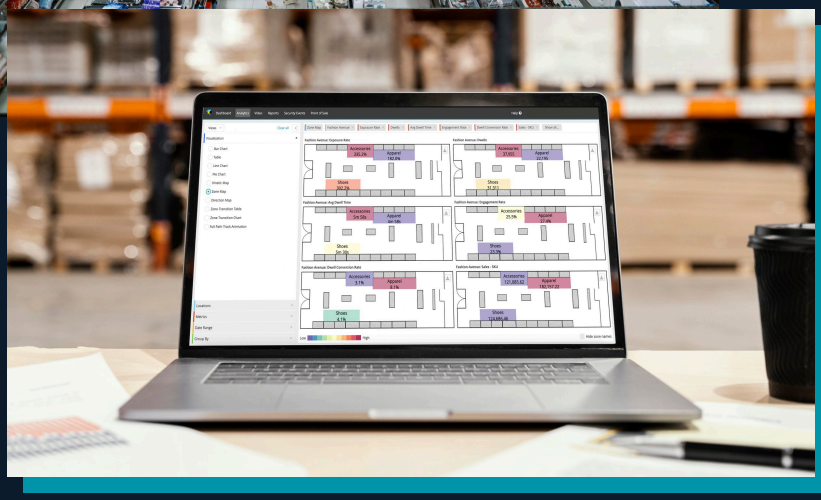
RetailNext









INSIGHTS

Observa cómo se mueven realmente los clientes y el personal por tus tiendas, para que puedas probar un cambio con datos concretos antes de aplicarlo a toda la red.

Traffic Analytics te dice cuántos clientes entran y realizan una compra. Insights te cuenta lo que pasa entre medias. Basado en el análisis de recorrido completo (Full Path Analysis), integra los datos de varios sensores Aurora® en una visión global de toda la tienda que muestra cómo se mueven los clientes y el personal por ella. Engagement Analytics añade el detalle a nivel de zona: dónde se detienen los clientes, qué les llama la atención y dónde pierden interés.

Las principales cadenas minoristas lo utilizan para poner a prueba una hipótesis concreta, una nueva distribución, un cambio en la presentación de productos o un modelo de dotación de personal en un conjunto determinado de tiendas, y así obtener datos que les permitan decidir si merece la pena ampliarlo a más establecimientos.

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

QUÉ HACE INSIGHTS: DISEÑADO PARA PROBAR, NO SOLO PARA RASTREAR

Cuatro formas de convertir los movimientos en toda la tienda en datos que te sirvan para tomar medidas.

FULL PATH ANALYSIS

Full Path Analysis (FPA) une las trayectorias de varios sensores Aurora® que se solapan para crear una única ruta por cliente o empleado, siguiéndolos por toda la superficie de la tienda en lugar de limitarse al campo de visión de un solo sensor. El resultado es un recorrido completo, no una serie de recuentos por zonas inconexas.

MAPAS CINÉTICOS Y TRANSICIONES ENTRE ZONAS

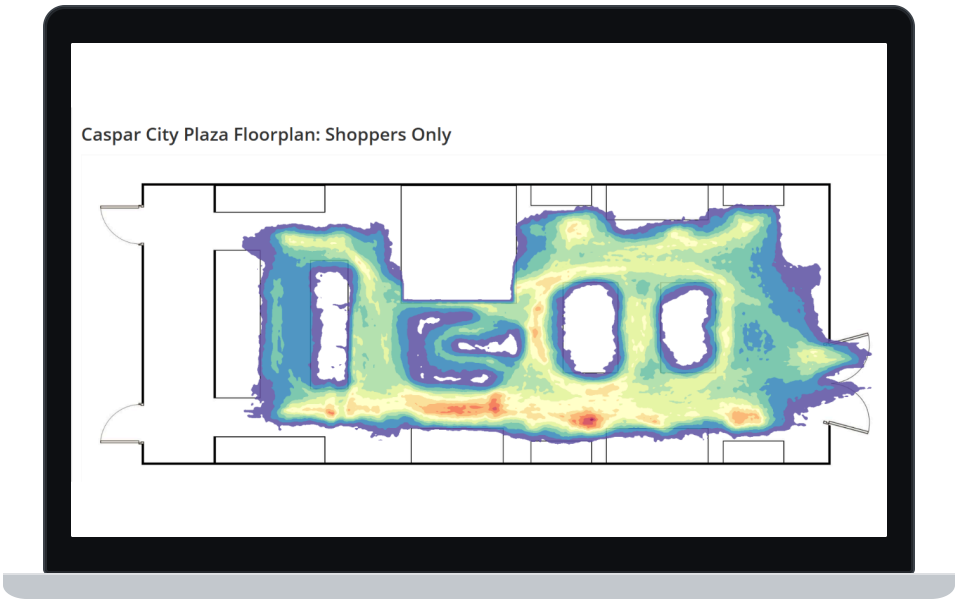
Los mapas cinéticos muestran dónde se concentran más los clientes y el personal, y los datos de transición entre zonas revelan cómo se desplazan de una zona a otra. Ambos permiten ver de un vistazo cuáles son las zonas de la tienda con mejor y peor rendimiento, sin tener que esperar a recibir un informe personalizado.

ENGAGEMENT ANALYTICS

Mide cuánto tiempo pasan los clientes en cada zona, expositor o estantería, y si ese tiempo se traduce en ventas. Cuando cambia una métrica de conversión, Insights te ayuda a determinar si la causa fue el stock, el personal o la distribución de la tienda, en lugar de tener que ir a ciegas.

SEGMENTACIÓN DE CLIENTES, PERSONAL Y COMPRADORES

Cada recorrido se clasifica como «cliente» o «personal», «comprador» o «no comprador», y se puede desglosar aún más según datos demográficos generados por IA. Esto permite ver cómo influyen las interacciones del personal en una venta y en qué momento los clientes pierden interés antes de comprar.



UNA VISIÓN ÚNICA PARA TODAS LAS MARCAS

Sharaf DG, una cadena multimarca de electrónica con 30 tiendas repartidas por los Emiratos Árabes Unidos, Baréin, Egipto y Omán, organiza cada tienda en «brandboxes», espacios dedicados a cada una de las marcas asociadas. Para medir el rendimiento de cada brandbox y facilitar un modelo de intercambio de datos con esas marcas, Sharaf DG ha implementado RetailNext Traffic Analytics e Insights, con tecnología de Aurora®. Ahora, los datos sobre el recorrido del comprador se integran directamente en el entorno de inteligencia empresarial de Sharaf DG junto con los datos de stock, personal y planificación de la demanda, lo que ofrece a los equipos de marketing, merchandising y operaciones una visión compartida en lugar de informes separados.

LEE EL CASO PRÁCTICO

30 tiendas. 4 países.

MÁS DE 1 MILLÓN DE VISITAS DE COMPRADORES REGISTRADAS CADA MES.

DISEÑADO PARA PRUEBAS ESPECÍFICAS

Full Path Intelligence necesita varios sensores Aurora® que se solapen para cubrir toda la superficie de una tienda, así que la mayoría de los minoristas lo instalan en un pequeño grupo representativo de tiendas en lugar de en todas. Esto es a propósito: así se comprueba una hipótesis antes de que el minorista se comprometa a implantarla en todas partes.

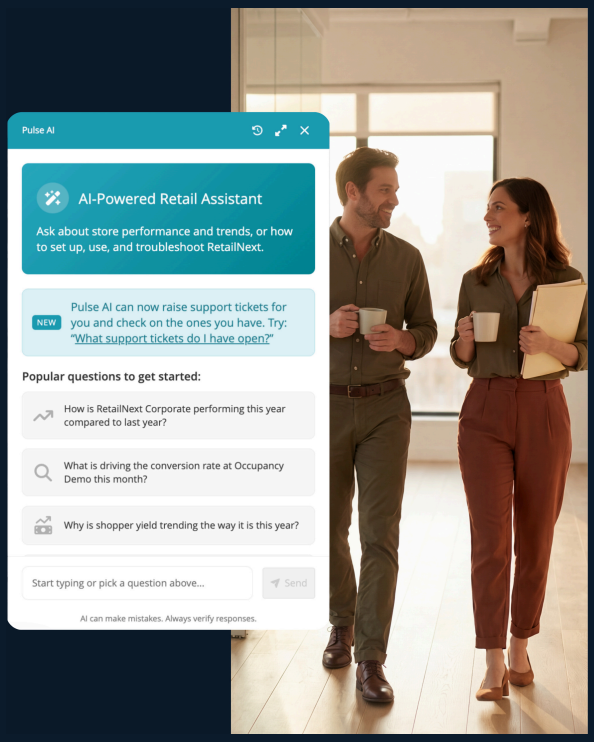
Time Machine mantiene la flexibilidad de esas tiendas. Los equipos de las tiendas pueden reorganizar una tienda-laboratorio según lo requiera una prueba, y las zonas que se añadan o se desplacen posteriormente se vuelven a procesar con los recorridos ya registrados. Las pruebas A/B siguen siendo rigurosas pero adaptables, y no se pierde ningún historial cuando cambia la distribución de la tienda.

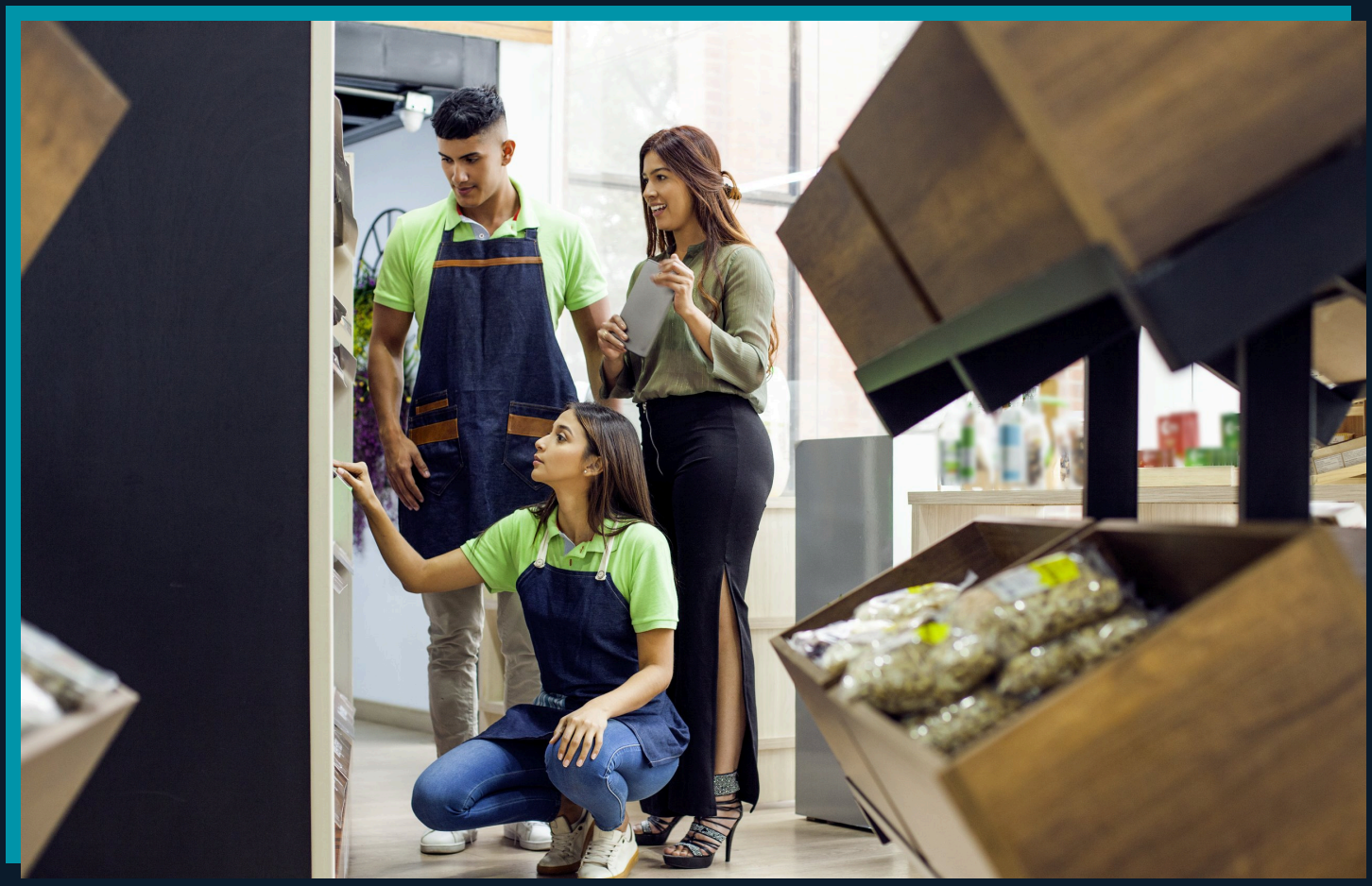
PULSE AI: LA RESPUESTA, NO EL INFORME

Pulse AI está presente en todos los paneles de control de RetailNext, incluido Insights, y convierte lo que la plataforma ha medido en una respuesta en lenguaje sencillo. Si preguntas si los clientes pasan más tiempo en el nuevo expositor que en el que ha sustituido, la respuesta te la dan los datos que ya se han recopilado.

No hay que crear ningún informe, ni escribir ninguna consulta, ni invertir en formación para que un jefe de tienda o un responsable de merchandising pueda poner en práctica lo que dice. Pulse AI viene incluido en todas las suscripciones sin coste adicional.

DESCUBRE PULSE AI

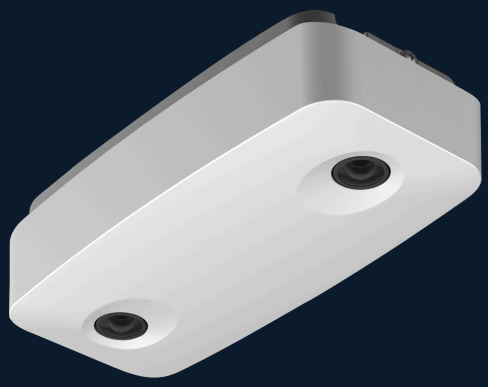




CON TECNOLOGÍA DE AURORA®

Insights funciona con Aurora®, el mismo sensor que ya mide el tráfico en la zona de ventas, así que esta visión más detallada del comportamiento no necesita ningún hardware adicional ni una segunda fuente de datos.

DESCUBRE AURORA®



POR QUÉ RETAILNEXT

La misión de RetailNext se ha mantenido firme: datos precisos, protegidos adecuadamente y presentados de forma que la gente pueda actuar en consecuencia. Cada instalación se somete a una auditoría para comprobar que cumple un umbral mínimo de precisión. Cada implementación se adapta a distintos mercados, idiomas y formatos sin suponer una carga adicional para el departamento de TI. Y cada relación se construye como una colaboración a largo plazo, respaldada por especialistas en comercio minorista y un servicio de asistencia 24/7.

600+
MARCAS

100+
PAÍSES

2007
AÑO DE FUNDACIÓN

RetailNext

RESERVA UNA LLAMADA DE PRESENTACIÓN

INNOVATION. AGILITY. IMPACT.