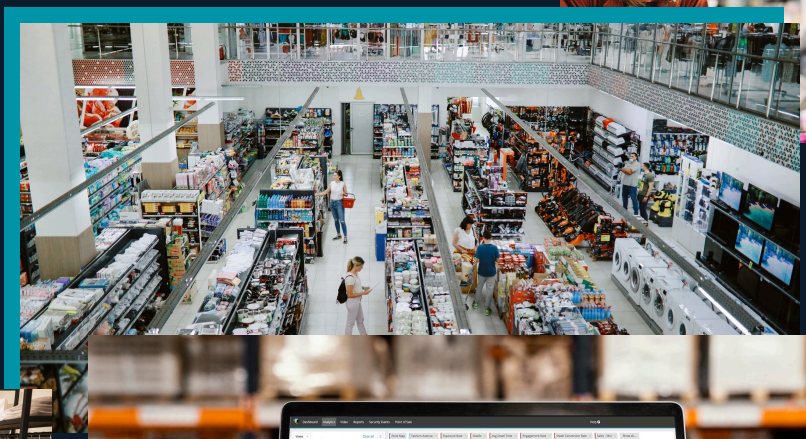
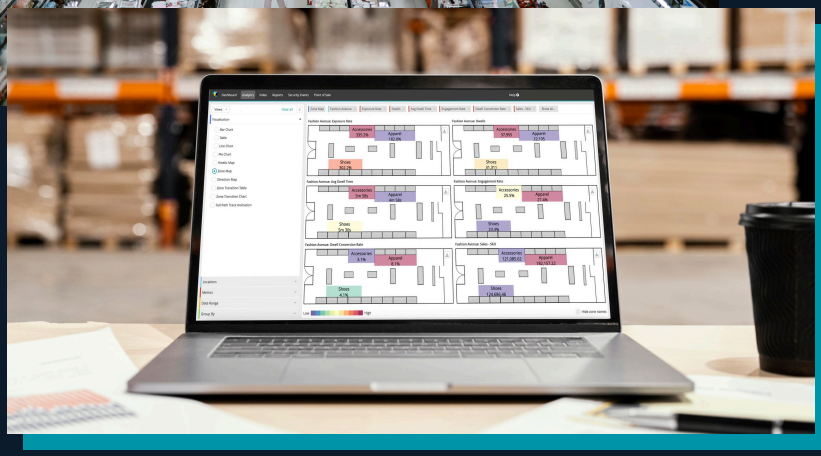
RetailNext









INSIGHTS

Observez comment les clients et le personnel se déplacent réellement dans vos magasins, afin de pouvoir tester un changement en vous appuyant sur des données concrètes avant de le généraliser à l'ensemble de votre réseau.

Traffic Analytics vous indique le nombre de clients qui entrent dans le magasin et effectuent un achat. Insights vous explique ce qui se passe entre ces deux étapes. S'appuyant sur l'analyse du parcours complet (Full Path Analysis), cette solution rassemble les données provenant de plusieurs capteurs Aurora® pour offrir une vue d'ensemble du magasin, montrant comment les clients et le personnel se déplacent à l'intérieur de celui-ci. Engagement Analytics apporte en complément des détails au niveau des zones : où les clients s'arrêtent, ce qui retient leur attention et où ils perdent leur intérêt.

Les grands distributeurs s'en servent pour tester une hypothèse précise, un nouvel agencement, un changement de stratégie de merchandising ou un modèle de gestion des effectifs dans un ensemble défini de magasins, et obtenir ainsi les éléments nécessaires pour décider s'il vaut la peine de poursuivre le déploiement.

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

CE QUE FAIT INSIGHTS : CONÇU POUR TESTER, PAS SEULEMENT POUR SUIVRE

Quatre façons de transformer les mouvements observés dans l'ensemble du magasin en informations exploitables.

FULL PATH ANALYSIS

La Full Path Analysis (FPA) rassemble les traces provenant de plusieurs capteurs Aurora® qui se chevauchent pour former un parcours unique par client ou membre du personnel, en les suivant sur l'ensemble de la surface du magasin plutôt que dans le champ de vision d'un seul capteur. Il en résulte un parcours complet, et non une série de comptages de zones sans lien entre elles.

CARTES CINÉTIQUES ET TRANSITIONS ENTRE ZONES

Les cartes cinétiques indiquent les endroits où les clients et le personnel se rassemblent le plus, tandis que les données sur les transitions entre zones montrent comment ils se déplacent d'un espace à l'autre. Ces deux éléments permettent de visualiser d'un seul coup d'œil les zones les plus performantes et les moins performantes d'un magasin, sans avoir à attendre un rapport personnalisé.

ENGAGEMENT ANALYTICS

Mesurez le temps que les clients passent dans chaque zone, devant chaque présentoir ou chaque équipement, et déterminez si ce temps se traduit par une conversion. Lorsqu'un indicateur de conversion évolue, Insights vous aide à déterminer si la cause est liée aux stocks, aux effectifs ou à l'agencement, plutôt que de vous en remettre à des suppositions.

SEGMENTATION DES CLIENTS, DU PERSONNEL ET DES ACHETEURS

Chaque parcours est classé selon qu'il s'agit d'un client ou d'un membre du personnel, d'un acheteur ou d'un non-acheteur, et peut être ventilé plus en détail à l'aide de données démographiques générées par l'intelligence artificielle. Cela permet de déterminer dans quelle mesure les interactions du personnel influencent une vente, et à quel moment les clients se désengagent avant d'acheter.



UNE VISION UNIQUE POUR TOUTES LES MARQUES

Sharaf DG, un détaillant multimarque spécialisé dans l'électronique comptant 30 magasins aux Émirats arabes unis, à Bahreïn, en Égypte et à Oman, organise chaque magasin en « brandboxes », des espaces dédiés à ses différents partenaires de marque. Afin de mesurer les performances de chaque brandbox et de mettre en place un modèle de partage des données avec ces partenaires, Sharaf DG a déployé RetailNext Traffic Analytics et Insights, basés sur la technologie Aurora®. Les données relatives au parcours client sont désormais directement intégrées à l'environnement de veille stratégique de Sharaf DG, aux côtés des données sur les stocks, les effectifs et la planification de la demande, offrant ainsi aux équipes marketing, merchandising et opérations une vue d'ensemble commune au lieu de rapports distincts.

LIRE L'ÉTUDE DE CAS

30 magasins. 4 pays.

PLUS D'UN MILLION DE VISITES CLIENTS ENREGISTRÉES CHAQUE MOIS.

CONÇU POUR DES TESTS CIBLÉS

La solution Full Path Intelligence nécessite plusieurs capteurs Aurora® se chevauchant pour couvrir l'ensemble de la surface de vente d'un magasin ; c'est pourquoi la plupart des détaillants la déploient dans un petit échantillon représentatif de magasins plutôt que dans l'ensemble de leur réseau. Ce choix est délibéré : il permet de valider une hypothèse avant qu'un détaillant ne s'engage à la mettre en œuvre partout.

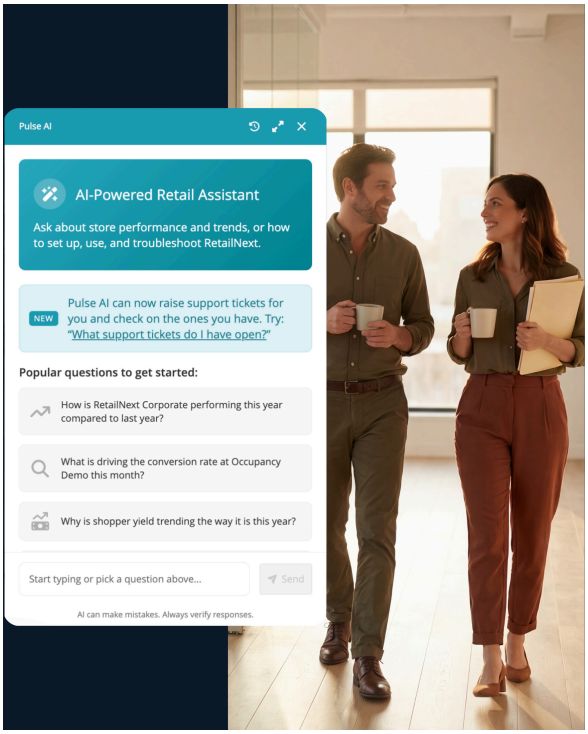
Time Machine préserve la souplesse de ces magasins. Les équipes en magasin peuvent réaménager un « lab store » en fonction des besoins d'un test, et les zones ajoutées ou déplacées par la suite sont réanalysées par rapport aux parcours déjà enregistrés. Les tests A/B restent rigoureux tout en étant adaptables, et aucun historique n'est perdu lorsque l'agencement du magasin change.

PULSE AI : LA RÉPONSE, PAS LE RAPPORT

Pulse AI est intégré à tous les tableaux de bord RetailNext, y compris Insights, et transforme les mesures de la plateforme en une réponse en langage clair. Demandez si les clients passent plus de temps devant le nouveau présentoir que devant celui qu'il a remplacé, et la réponse vous sera fournie à partir des données déjà collectées.

Pas besoin de créer de rapport, de rédiger de requête ni d'investir dans la formation pour qu'un responsable de magasin ou un merchandiser puisse mettre en pratique ces informations. Pulse AI est inclus dans chaque abonnement, sans frais supplémentaires.

DÉCOUVREZ PULSE AI

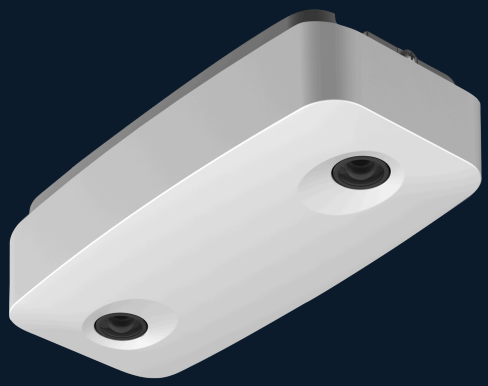




PROPULSÉ PAR AURORA®

Insights fonctionne sur Aurora®, le même capteur qui mesure déjà la fréquentation dans la surface de vente ; cette analyse comportementale plus approfondie ne nécessite donc aucun matériel supplémentaire ni aucune source de données distincte.

DÉCOUVREZ AURORA®



POURQUOI RETAILNEXT

La mission de RetailNext est restée inchangée : fournir des données précises, correctement sécurisées et présentées sous une forme permettant aux utilisateurs d'agir en conséquence. Chaque installation fait l'objet d'un audit visant à vérifier qu'elle respecte un seuil minimal de précision. Chaque déploiement s'adapte à tous les marchés, toutes les langues et tous les formats sans alourdir la charge de travail informatique. Et chaque relation est conçue comme un partenariat à long terme, soutenu par des spécialistes du commerce de détail et une assistance disponible 24 h/24 et 7 j/7.

600+
MARQUES

100+
PAYS

2007
ANNÉE DE CRÉATION

RetailNext

RÉSERVER UN APPEL DE DÉCOUVERTE

INNOVATION. AGILITY. IMPACT.