RetailNext







INSIGHTS

Scopri come i clienti e il personale si muovono davvero nei tuoi negozi, così potrai testare un cambiamento sulla base di dati concreti prima di applicarlo a tutta la rete.

Traffic Analytics ti dice quanti clienti entrano ed effettuano un acquisto. Insights ti spiega cosa succede nel mezzo. Basato sulla Full Path Analysis, integra i dati provenienti da diversi sensori Aurora® in un'unica visione d'insieme di come i clienti e il personale si muovono all'interno del negozio. Engagement Analytics aggiunge i dettagli a livello di zona: dove i clienti si fermano, cosa attira la loro attenzione e dove perdono interesse.

I principali rivenditori lo usano per testare un'ipotesi specifica, un nuovo layout, un cambiamento nel merchandising o un modello di gestione del personale in un gruppo definito di negozi, e ottenere i dati necessari per decidere se vale la pena estenderlo ulteriormente.

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

COSA FA INSIGHTS: PROGETTATO PER TESTARE, NON SOLO PER MONITORARE

Quattro modi per trasformare i movimenti all'interno del negozio in dati su cui puoi agire.

FULL PATH ANALYSIS

L'analisi del percorso completo (Full Path Analysis, FPA) unisce i tracciati provenienti da più sensori Aurora® sovrapposti in un unico percorso per ogni cliente o membro del personale, seguendoli lungo l'intero spazio del negozio anziché limitarsi al campo visivo di un singolo sensore. Il risultato è un percorso completo, non una serie di conteggi per zona scollegati tra loro.

MAPPE CINETICHE E TRANSIZIONI TRA ZONE

Le mappe cinetiche mostrano dove si concentrano maggiormente i clienti e il personale, mentre i dati sulle transizioni tra le zone indicano come si spostano da un'area all'altra. Entrambe queste informazioni ti permettono di individuare a colpo d'occhio le zone del negozio con le migliori e le peggiori prestazioni, senza dover aspettare un report personalizzato.

ENGAGEMENT ANALYTICS

Misura quanto tempo i clienti trascorrono in ogni zona, davanti a ogni espositore o allestimento, e se quel tempo si traduce in una conversione. Quando un indicatore di conversione cambia, Insights ti aiuta a capire se la causa è da ricercarsi nelle scorte, nel personale o nella disposizione del negozio, invece di lasciare tutto alle supposizioni.

SEGMENTAZIONE DI CLIENTI, PERSONALE E ACQUIRENTI

Ogni percorso viene classificato come "cliente" o "dipendente", "acquirente" o "non acquirente", e può essere ulteriormente suddiviso in base a dati demografici elaborati dall'intelligenza artificiale. Questo permette di capire in che modo le interazioni del personale influenzano una vendita e in quale fase i clienti perdono interesse prima di acquistare.



UNA VISIONE UNICA PER TUTTI I MARCHI

Sharaf DG, una catena multimarca di elettronica con 30 negozi negli Emirati Arabi Uniti, in Bahrein, in Egitto e in Oman, organizza ogni negozio in "brandbox", spazi dedicati ai singoli marchi partner. Per misurare le prestazioni di ogni brandbox e supportare un modello di condivisione dei dati con quei partner, Sharaf DG ha implementato RetailNext Traffic Analytics e Insights, basati su Aurora®. I dati sul percorso degli acquirenti vengono ora inseriti direttamente nell'ambiente di business intelligence di Sharaf DG insieme ai dati relativi alle scorte, al personale e alla pianificazione della domanda, offrendo ai team di marketing, merchandising e operazioni una visione unica e condivisa invece di report separati.

LEGGI IL CASO DI STUDIO

30 negozi. 4 paesi.

OLTRE 1 MILIONE DI VISITE DI CLIENTI REGISTRATE OGNI MESE.

PROGETTATO PER TEST MIRATI

Full Path Intelligence richiede l'uso di più sensori Aurora® sovrapposti per coprire l'intero piano di un negozio, quindi la maggior parte dei rivenditori lo implementa in un piccolo gruppo rappresentativo di negozi piuttosto che in tutta la rete. È una scelta voluta: permette di verificare un'ipotesi prima che il rivenditore decida di applicarla ovunque.

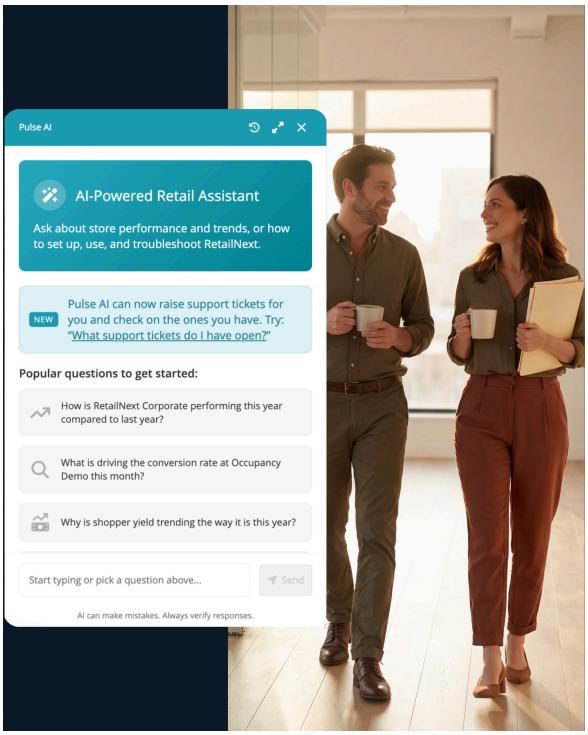
Time Machine garantisce la flessibilità di questi negozi. I team dei negozi possono riorganizzare un negozio-laboratorio in base alle esigenze di un test, e le zone aggiunte o spostate in seguito vengono rielaborate in base ai dati già registrati. I test A/B rimangono rigorosi ma adattabili, e non si perde nessuna cronologia quando la disposizione del negozio cambia.

PULSE AI: LA RISPOSTA, NON IL REPORT

Pulse AI è presente su ogni dashboard di RetailNext, compresa Insights, e trasforma i dati raccolti dalla piattaforma in una risposta in parole semplici. Se chiedi se i clienti passano più tempo davanti al nuovo espositore rispetto a quello che ha sostituito, la risposta arriva direttamente dai dati già raccolti.

Non serve creare report, né scrivere query, né investire in formazione prima che un responsabile di negozio o un merchandiser possa mettere in pratica ciò che viene indicato. Pulse AI è incluso in ogni abbonamento senza costi aggiuntivi.

SCOPRI PULSE AI

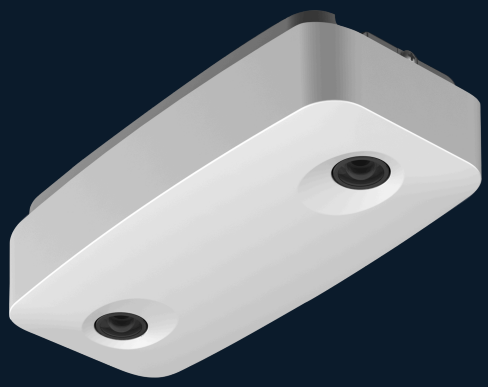




BASATO SU AURORA®

Insights funziona su Aurora®, lo stesso sensore che già monitora il traffico nell'area di vendita, quindi questa analisi comportamentale più approfondita non richiede hardware aggiuntivo né un secondo flusso di dati.

SCOPRI AURORA®



PERCHÉ RETAILNEXT

La missione di RetailNext è sempre rimasta la stessa: dati accurati, protetti come si deve e forniti in un formato che ti permetta di agire di conseguenza. Ogni installazione viene verificata rispetto a una soglia minima di accuratezza. Ogni implementazione si adatta a diversi mercati, lingue e formati senza aggiungere carico di lavoro al reparto IT. E ogni rapporto viene costruito come una partnership a lungo termine, supportata da specialisti del settore retail e da un'assistenza disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

600+
MARCHI

100+
PAESI

2007
ANNO DI FONDAZIONE

RetailNext

PRENOTA UNA CHIAMATA CONOSCITIVA

INNOVATION. AGILITY. IMPACT.