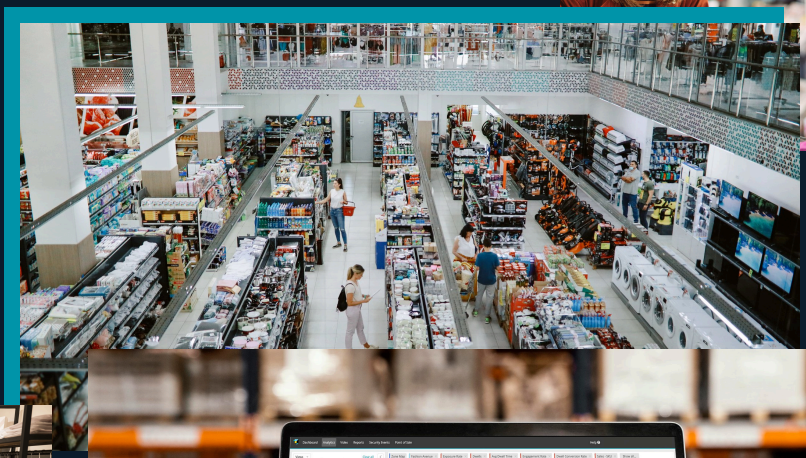
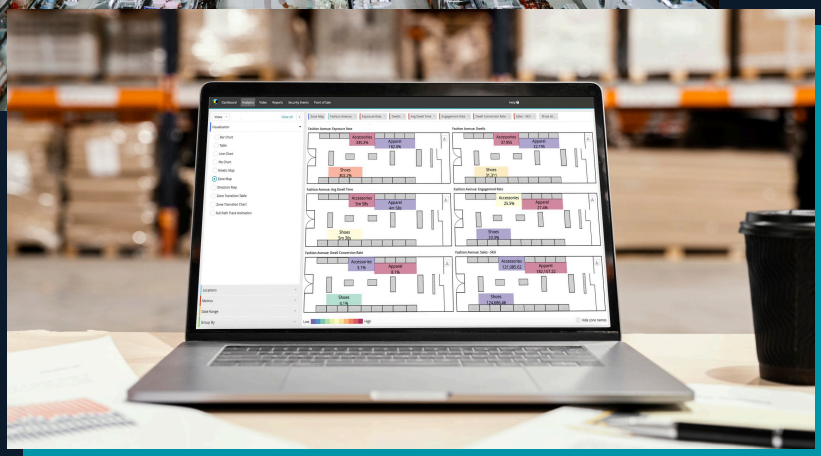
RetailNext









INSIGHTS

買い物客やスタッフが店内で実際にどう動いているかを把握し、全店舗に展開する前に、実証データで変更を検証できます。

Traffic Analyticsでは、来店した買い物客の数や購入に至った人数を把握できます。Insightsでは、その間の動きを分析します。Full Path Analysisを基盤としており、複数のAurora®センサーから得られたデータを統合し、買い物客やスタッフが店内でどのように移動しているかを、店舗全体を俯瞰した形で可視化します。Engagement Analyticsでは、その下にゾーン単位の詳細情報を追加します。具体的には、買い物客がどこで立ち止まるか、何に注意を引かれているか、そしてどこで関心を失うかといった点です。

大手小売企業は、特定の仮説や新しい店舗レイアウト、商品陳列の変更、あるいは人員配置モデルなどを、特定の店舗群で試験的に導入し、さらに展開する価値があるかどうかを判断するための根拠を得ています。

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

Insightsの機能：
追跡だけでなく、検証のために

店舗全体の動きを、行動につながる根拠に変える4つの方法。

Full Path Analysis

Full Path Analysis（FPA）は、複数のAurora®センサーの重なり合うトラッキングデータを統合し、買い物客やスタッフ1人につき1つの経路としてまとめます。これにより、単一のセンサーの視野範囲にとどまらず、フロア全体にわたってその動きを追跡します。その結果、断片的なゾーンごとの集計の羅列ではなく、完全な移動経路が把握できます。

キネティック マップとゾーン遷移

キネティックマップでは、買い物客やスタッフが最も集まる場所がわかり、ゾーン間の移動データからは、彼らが各エリア間をどのように移動しているかがわかります。これらにより、カスタムレポートを待つことなく、店舗内で最も業績の良いゾーンと悪いゾーンが一目で把握できます。

Engagement Analytics

買い物客が各ゾーン、陳列棚、または什器の前でどれくらいの時間を過ごしているか、またその時間がコンバージョンにつながっているかどうかを測定します。コンバージョン指標に変化があった場合、Insightsを活用すれば、その原因が在庫、人員配置、それともレイアウトにあるのかを特定でき、推測に頼る必要がなくなります。

買い物客・スタッフ・購入者のセグメンテーション

すべての経路には、「買い物客」または「スタッフ」、「購入者」または「非購入者」というタグが付けられており、AIを活用した人口統計データに基づいてさらに詳細に分類することができます。これにより、スタッフとのやり取りが販売にどのような影響を与えるか、また買い物客が購入前にどの段階で関心を失うのかを確認することが可能になります。



すべてのブランドを一つのビューで

アラブ首長国連邦、バーレーン、エジプト、オマーンに30店舗を展開するマルチブランド家電小売業者であるSharaf DGは、各店舗を個々のブランドパートナー専用のスペースである「ブランドボックス」として構成しています。各ブランドボックスの業績を測定し、パートナーとのデータ共有モデルを支援するため、Sharaf DGはRetailNextのTraffic AnalyticsおよびInsights（Aurora®を搭載）を導入しました。これにより、買い物客の行動データが、在庫、人員配置、需要計画のデータとともに、Sharaf DGのビジネスインテリジェンス環境に直接取り込まれるようになりました。その結果、マーケティング、マーチャンダイジング、オペレーションの各チームは、個別のレポートではなく、1つの共有ビューを通じて情報を把握できるようになりました。

ケーススタディを読む

30店舗。4カ国。

毎月100万件を超える来店を追跡しています。

的を絞ったテストのための設計

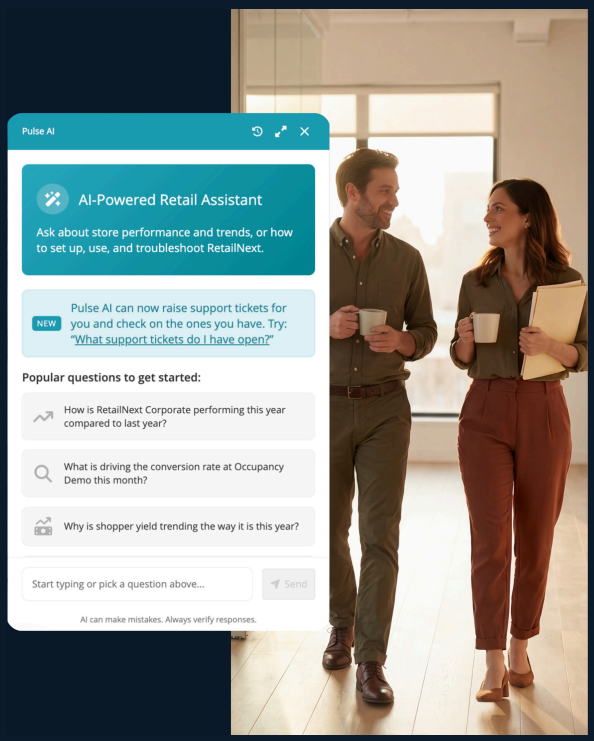
Full Path Intelligenceは、店舗のフロア全体をカバーするために、複数のAurora®センサーを重なり合うように配置する必要があるため、多くの小売業者は全店舗に導入するのではなく、代表的な少数の店舗で試験的に導入しています。これは意図的なものであり、小売業者が全店舗での導入を決定する前に、仮説の妥当性を検証するためです。

Time Machine は、こうした店舗の柔軟性を保ちます。店舗チームは、テストの要件に応じてラボ店舗のレイアウトを変更することができ、後から追加または移動されたゾーンについては、すでに記録されている動線データに基づいて再処理が行われます。A/Bテストは厳密でありながら柔軟性を維持でき、店舗のレイアウトが変更されても履歴が失われることはありません。

Pulse AI：
レポートではなく、答えそのもの

Pulse AIは、RetailNextのすべてのダッシュボード（Insightsを含む）に搭載されており、プラットフォームが計測したデータを平易な言葉で回答に変換します。例えば、「買い物客が、以前のディスプレイよりも新しいディスプレイの前でより多くの時間を過ごしているか」と尋ねると、すでに収集済みのデータに基づいて回答が返ってきます。

レポートを作成する必要も、クエリを記述する必要もなく、また、店舗マネージャーやマーチャンダイザーがその内容に基づいて行動を起こす前に、トレーニングに投資する必要もありません。Pulse AIは、すべてのサブスクリプションに追加費用なしで含まれています。



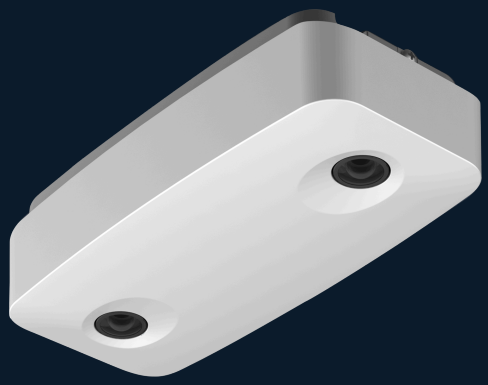
PULSE AI について詳しく見る



Aurora®搭載

Insightsは、販売フロアでの客数を計測しているのと同じセンサーであるAurora®上で動作するため、このより詳細な行動分析を行うために、別途ハードウェアや追加のデータフィードは必要ありません。

AURORA®を詳しく見る



RetailNextを選ぶ理由

RetailNextの使命は一貫して変わっていません。それは、正確なデータを適切に保護し、ユーザーが即座に行動に移せる形で提供することです。すべての導入事例は、最低限の精度基準に基づいて監査されています。すべてのソリューションは、IT部門の負担を増やすことなく、市場、言語、フォーマットを問わず柔軟に拡張可能です。そして、すべての関係は、小売業界の専門家と24時間365日のサポート体制に支えられた、長期的なパートナーシップとして築かれています。

600+
ブランド

100+
カ国

2007
設立年

RetailNext

ディスカバリーコールを予約する

INNOVATION. AGILITY. IMPACT.