



EMOCION

анализ
на човекопотока

Съдържание

Описание

**Въведение
в технологията**

4

Видове справки
за поведението
на клиентите

5

Корпоративна
комуникация

7

Анализ на аудиторията в търговски обекти

Описание

Възможността дигитална медия Emotion да бъде разширена с модул „Дигитални преживявания и анализ на аудиторията“, дава много информация за клиентското поведение в обекта. Това, от своя страна, е ключово за планиране и управление на маркетинговите активности, оттам и за постигане на поставените пред търговеца цели.



Въведение в технологията

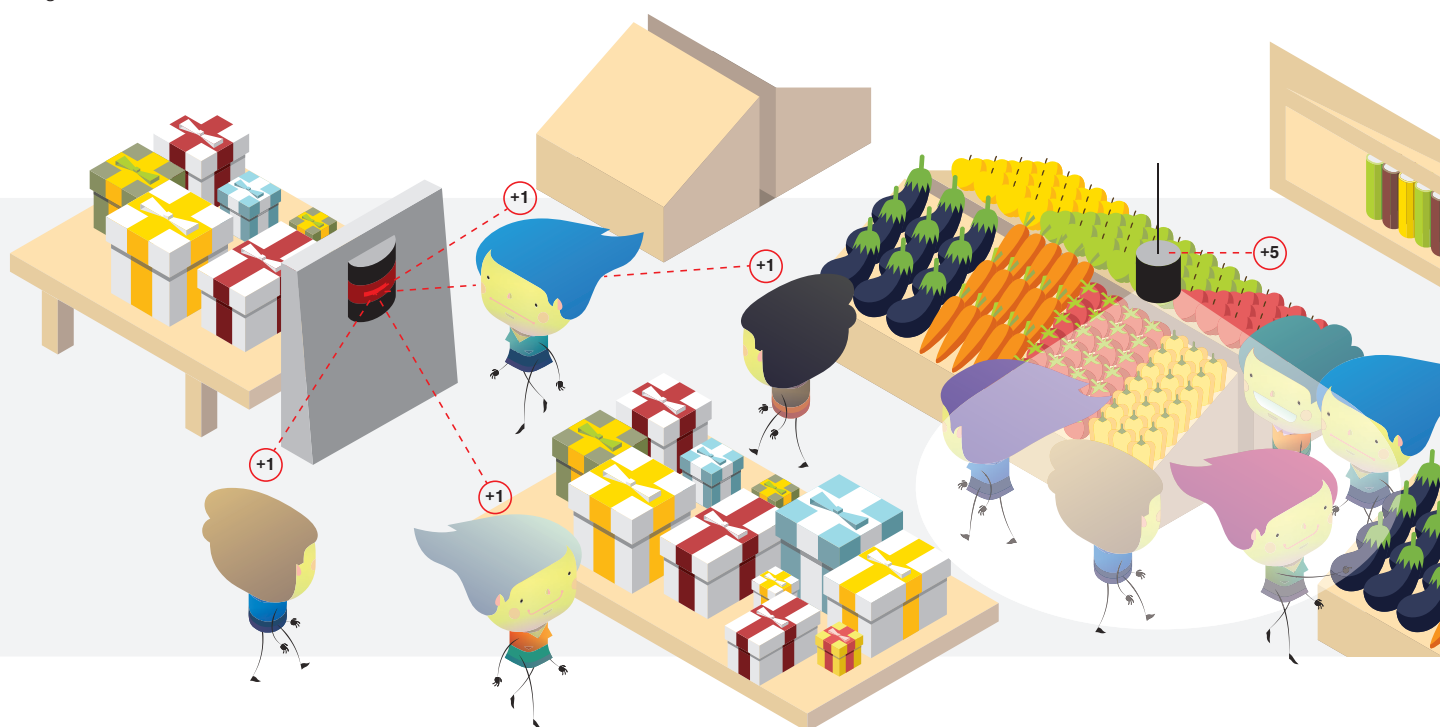
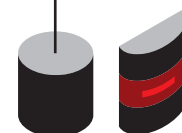
Този модул се състои от софтуер и различен брой сензорни точки, поставени в определени зони на търговския обект. Точките са wi-fi предаватели и улавят/регистрират всяко мобилно устройство с wi-fi опция в определен обхват. Обикновено една от сензорните точки се поставя на входа на магазина, а останалите в обособените зони (в зависимост от предлаганите стоки, например: ТВ/аудио, компютри, гребна домакинска техника и т.н.).



софтуер

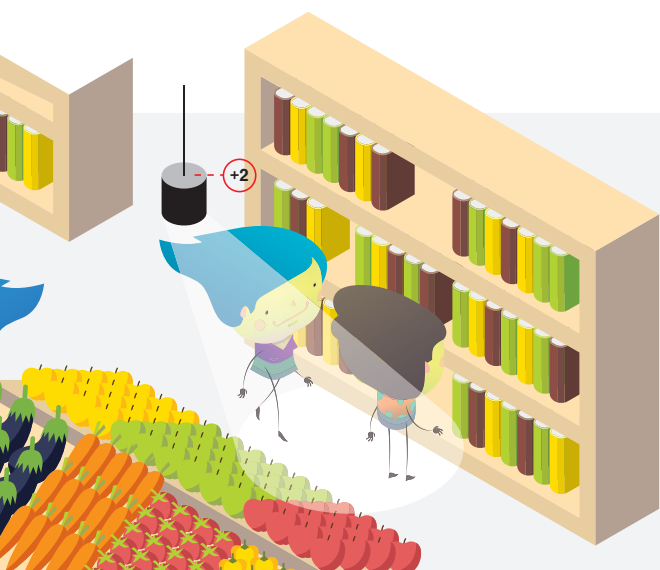


сензори



Видове справки за поведението на клиентите

Системата може да измерва: посетители извън магазина; посетители в магазина; посетители в зона; съотношение в/извън магазина; съотношение за зона; място на първо посещение; взаимовръзка между зони; повторно посещение/връщане; време в магазина; време в зона.



- 1 посетители извън магазина
- 2 посетители в магазина
- 3 посетители в зона
- 4 съотношение в/извън магазина
- 5 съотношение за зона
- 6 място на първо посещение
- 7 взаимовръзка между зони
- 8 повторно посещение/връщане
- 9 време прекарано в магазина
- 10 време прекарано в зона



Всички анализи се правят за зададен период от време. Наличните справки дават конкретна информация за поведението на клиентите:

- **Обобщена справка** – отчита всички посетители минали покрай магазина, каква част от тях са влезли (в процентно и числово изражение), колко от посещенията са уникални, колко се повтарят, и колко е средното време за престой в обекта.

- **Вътрешен трафик** – информация по дни за броя на посетителите и средното време за престой; дневен обем посещения, сегментирани по време на престой (разпределени в пет групи: престой до 2 минути, от 2 до 10, от 10 до 30, от 30 до 60 и от 60 до 120).

- **Седмичен вътрешен трафик** – брой посещения по дни от седмицата, разпределение на посещенията по време на престой за дните от седмицата.

- **Движение по зони** – брой посетители по дни за всяка от следените зони, средна продължителност на престоя във всяка зона по дни.

- **Часови трафик по зони** – посещаемост на зоните по часове от деня.

- **Първа посетена зона** – процентно съотношение на зоните, според това колко пъти са посетени директно, след влизане в обекта.

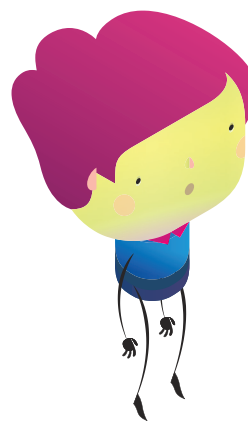
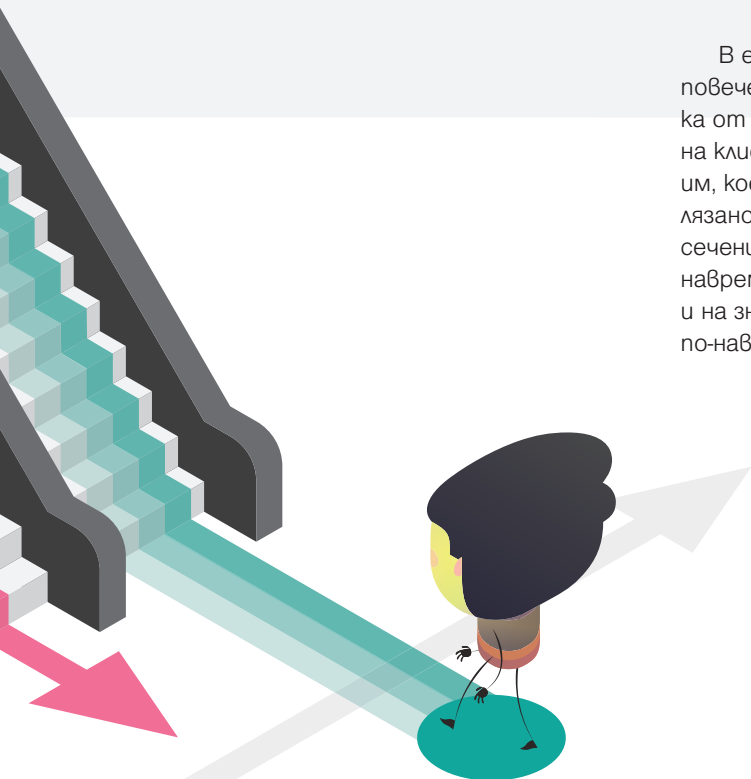
- **Преминаване от зона в зона** – дава информация какъв процент от клиентите, посетили две зони, са общи. Крос-графика с данни за всяка двойка зони.

- **Повторно посещение** – процентно съотношение на клиентите посетили обекта един, два, три, четири и повече от четири пъти, за изследвания период, със средно време на престоя по групи и среден интервал в дни за следващо посещение.

Възвръщане на инвестицията

Рекламна стратегия

В ерата на дигиталната трансформация бизнесът има все повече и достъпни похвати, с които да управлява. Обратната връзка от клиента вече не се ограничава само до удовлетворението на клиентите, които те самите заявяват, но и от поведението им, което без помоща на технологиите най-често остава незабелязано, но с отпечатък върху резултатите. Анализ на различните сечения от данните за това поведение могат да ни подскажат навреме това, което в противен случай бизнесът научава по-бавно и на значително по-висока цена. Коригиращите действия биха били по-навременни и съответно по-ефективни.



Ние сме тук, защото
Вашият бизнес
е от значение за нас.

Контакти

Всичко което искате да споделите
по темата можете да изпратите на:
е-mail: sales@risk.bg

Офис и шоурум

България, София 1138
бул. „Самоковско шосе“ №2А
Търговски център „Боила“

тел.: (+359 2) 9175 423
факс: (+359 2) 9175 433
е-mail: office@risk.bg

© 2015 РИСК Електроник. Всички права запазени.

Etosion е запазена марка на РИСК Електроник. Описаните условия са актуални към момента на издаване на брошурата.
Настоящият документ служи единствено за информация. С този документ РИСК Електроник не дава никакви гаранции, явни или неявни.