

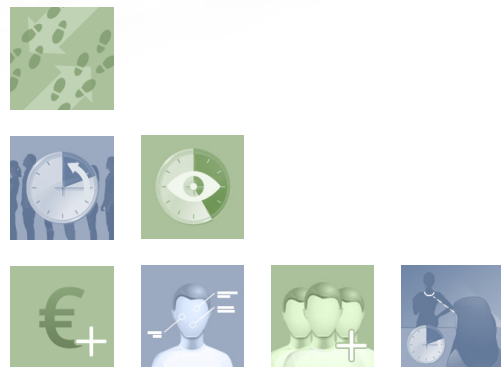
## VISAPIX: Shop Efficiency Analytics für den Einzelhandel

VISAPIX hilft seinen Kunden im Einzelhandel ihre Prozesse und Maßnahmen in den Filialen zu steuern – auch innerhalb großer internationaler Filialstrukturen.

Mit Hilfe der intelligenten 3D-Videoanalyse-Lösungen des Innovationsführers können Handelsunternehmen ihren Wirkungsgrad systematisch und dauerhaft steigern und höhere Erträge auf ihren Verkaufsflächen erwirtschaften.

Driving Retail Efficiency – mit Shop Efficiency Analytics von VISAPIX.

Die VISAPIX-Softwarelösungen generieren Kennzahlen, mit denen sich die Shop-Organisation und das Marketing am Point of Sale (PoS) deutlich verbessern lassen. Der Handel erhält verlässliche, auf echten Zahlen beruhende Informationen. Eine strategische Planung und das Controlling von Prozessen und Maßnahmen, die nicht durch die Warenwirtschaft abgebildet werden können, sind so möglich. Auch die Einhaltung unternehmensstrategischer Vorgaben zur Kundenbindung lässt sich auf diese Weise effektiv steuern. Shop Efficiency Analytics von VISAPIX optimieren die gesamte unternehmerische Performance. Wirkungsgrad, Produktivität und Servicequalität werden präzise, zuverlässig und skalierbar verbessert – unabhängig von Standortgröße oder Kundenanforderung, als Einzellösungen oder maßgeschneidertes Lösungspaket. Umsatz und Kundenzufriedenheit wachsen messbar und nachhaltig: Bestandskunden werden durch die behutsame Anpassung bewährter Konzepte gehalten, Besucher werden durch die gezielte Verbesserung der Ansprache zu Neukunden. Das ist Maximierung der Kundenzufriedenheit durch ganzheitliche Lösungen von VISAPIX.

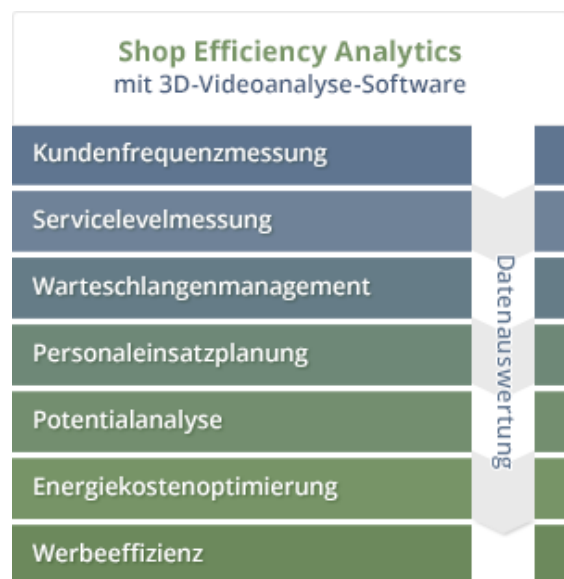


### Datenauswertung

Mit Shop Efficiency Analytics von VISAPIX ist auf einen Blick ersichtlich, ob unternehmensstrategische Entscheidungen auf Filialebene umgesetzt und die gewünschten Ergebnisse erzielt werden. In automatisch aktualisierter Ansicht und Auswertung stehen den Benutzern wichtige Kennzahlen aus den Filialen und dem Gesamtunternehmen in Echtzeit zur Verfügung: in der gewünschten Detailtiefe, für alle oder eine Teilmenge der Kameras im Netzwerk. Verantwortliche erhalten so einen schnellen Überblick über die Prozesse bis auf Shop-Ebene und können bei Bedarf umgehend reagieren. Eine Integration der Daten in hausinterne Systeme ist über eine Schnittstelle möglich. VISAPIX bietet zudem mit Kooperationspartnern zusätzliche Auswertungen der Video-Daten über Kunden- und Besucherverhalten für die Marktforschung an.

### VISAPIX stellt die Ergebnisse in Form von

- übersichtlichen grafisch aufbereiteten Diagrammen oder Tabellen,
- verständlichen Reports und
- Ergänzungen der Reports des ERP Systems des Kunden dar.



## Ganzheitliche Lösungen von VISAPIX



### Maximierung der Kundenanzahl (Kundenfrequenzanalyse)

Die Anzahl der Besucher, die im Geschäft nichts kaufen, ist die größte Umsatzreserve für den Handel. Ziel ist es daher, aus möglichst vielen Besuchern Kunden zu machen. Wie viele Shopper besuchen eine Filiale, ohne etwas zu kaufen? Diese Anzahl ermittelt die Frequenzanalyse. Die so ermittelte Abschöpfungsquote ist ein wesentlicher Indikator für eine verbesserte Ansprache der Besucher. Die Qualität der Analyse wird noch gesteigert, wenn die Frequenz vor und im Geschäft verglichen wird.



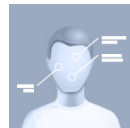
### Umsatzmaximierung (Perfekte Produktplatzierung)

Einen entscheidenden Anteil an der Kaufentscheidung der Kunden hat die gezielte Platzierung des Sortiments und einzelner Warengruppen. Das gilt für die Stammpplatzierung wie auch für die Zweitplatzierung auf Aktionsflächen. Laufwegstudien mit People Scout® von VISAPIX machen die Kundenbewegung auf Verkaufsflächen sichtbar: Wie verteilen sich die Kunden im Laden, vor den Bedientheken und Regalen? Bewegungsrichtung von Einzelnen und Gruppen werden erfasst. So lassen sich Hot Spots, intensiv besuchte Gänge, aber auch nicht optimal platzierte Displays leicht identifizieren. Mit Hilfe der Messergebnisse kann die Produktpositionierung überprüft und gegebenenfalls verbessert werden. Eine optimale, zielgruppengemäße Anordnung hilft den Abverkauf anzuregen und den Umsatz zu maximieren.



### Ertragssteigerung (Personaleinsatzplanung)

Ob an Ein- und Ausgängen oder auf den Gängen: Mit den videobasierten Lösungen zur Frequenzmessung von VISAPIX verpassen Händler keinen Besucher ihres Geschäfts. Durch den Abgleich der Besucherfrequenz und der Anzahl der Kassenvorgänge wird das Verhältnis zwischen Besuchern und Kunden je nach Tag und Uhrzeit messbar und die Abschöpfungsquote kann ermittelt werden. Im Gegensatz zu rein umsatzorientierten PEP-Modellen berücksichtigt die Personaleinsatzplanung auch die Besucherzahlen – und kann daher nachhaltig zur Steigerung der Kundenzufriedenheit, zum Umsatzwachstum und zur Erhöhung der Mitarbeiterproduktivität beitragen.



### Ausschöpfung des Kundenpotentials (Kundenstrukturanalyse)

Die VISAPIX-Kundenstrukturanalyse analysiert die Besucherzusammensetzung in den Geschäften: Welche Kundengruppen kommen beispielsweise zur Bedientheke, welche wählen SB-Ware? Aufbauend auf der Frequenzanalyse ermittelt VISAPIX das Geschlecht und die Altersgruppe der Shopper. Aus dem Abgleich zwischen den strategischen Zielgruppen und den tatsächlichen Kundengruppen ergeben sich konkrete Ansatzpunkte für die Instore- Marktforschung zur bestmöglichen Potentialausschöpfung.



### Steigerung der Marketingeffizienz (Werbewirkungsanalyse)

Erfolgreiche Werbung führt Besucher an den PoS und erregt Aufmerksamkeit. Aber wie erfolgreich sind die Marketing-Maßnahmen eines Geschäfts? Werden die verfügbaren Ressourcen im Maßnahmenmix wirklich effizient eingesetzt? Intelligente Lösungen von VISAPIX liefern Antworten. Sie machen den Einfluss von Marketingtools auf die Besucherfrequenz sichtbar. Die Kundenanzahl in Abteilungen mit und ohne gezielte Aktivitäten wird vergleichbar. Und die Verweildauer von Besuchern vor Schaufenstern, Plakaten oder Werbedisplays sowie die Aufmerksamkeit für Spots und Botschaften werden erfasst und ausgewertet. So hilft VISAPIX beim Einsatz wirkungsvoller Marketing-Maßnahmen.



### Gewährleistung des Servicelevels (Wartezeitenoptimierung)

Lange Wartezeiten an Kassen oder Bedientheken strapazieren die Nerven der Kunden. Schlimmstenfalls verlieren sie die Geduld und verlassen das Geschäft, ohne ihren Einkauf zu tätigen. Schlangen entstehen häufig durch eine zu starre Personalplanung oder einen fehlgeleiteten Einsatz von Kassen- und Verkaufskräften. People Scout®-Lösungen zur Wartezeitmessung erfassen solche Personenansammlungen. Das Storemanagement erhält Information zu neuralgischen Punkten wie zum Beispiel Kasse, Bedientheken oder SB-Regalen. Analyse und Auswertung in Echtzeit helfen, den unerwarteten Andrang umgehend durch optimalen Personaleinsatz zu bewältigen. Zusätzlich können Verweildauern der Kunden in die Planungen des Handels einbezogen und so zur Durchführung absatzerhöhender Aktionen genutzt werden.