Analizy przestrzenne wnętrz sklepów zwiększają sprzedaż

Firma Esri ogłosiła partnerstwo z GISinc, którego celem jest analizowanie zachowań klientów w sklepach prowadzące do wzrostu sprzedaży detalicznej. Platforma analiz przestrzennych zostanie zintegrowana z mapami wnętrz pomieszczeń tworzonymi przez GISinc. Celem tych działań będzie umożliwienie analizowania danych zbieranych przez systemy inteligentnego oświetlenia uruchamiane za pomocą sensorów oraz danych z aplikacji mobilnych wbudowanych w smartfony klientów.

Rozwiązanie pozwoli sprzedawcom detalicznym śledzić zachowania klientów z wykorzystaniem informacji o ich lokalizacji wewnątrz sklepu i o wybieranych przez nich towarach. Sklep możne następnie wykorzystać te dane w celu poprawy obsługi klientów oraz wystawiania towarów w miejscach najbardziej atrakcyjnych dla klientów.

„Analizowanie wyborów dokonywanych przez klientów i mapowanie będą przebiegały jednocześnie”, mówi Sonny Beech, IoT Business Development Manager w GISinc. Korzystanie z funkcji analitycznych ArcGIS i z danych przestrzennych umożliwia sprzedawcom podejmowanie bardziej strategicznych decyzji co do tego, gdzie umieszczać towary i materiały marketingowe.

Działania w czasie rzeczywistym

Zdając sobie sprawę, że ponad dwie trzecie klientów używa smartfonów podczas dokonywania zakupów w sklepach stacjonarnych, sprzedawcy muszą wykazać się odpowiednim doświadczeniem i być bardziej precyzyjni w działaniach wobec klientów. Technologia lokalizacji klientów umożliwia sprzedawcom rozszerzenie kanałów przekazywania informacji klientom poprzez dostarczanie klientom informacji i usług w czasie rzeczywistym w odpowiednich miejscach sklepu. Badania

wskazują, że realizowana przez Esri przestrzenna analiza zachowań klientów może zwiększyć prawdopodobieństwo zakupu nawet o 70 procent i w przypadku klientów korzystających ze smartfonów podnieść wartość zakupów nawet o 60%.

Mapy wnętrz

„Technologia Esri umożliwia sprzedawcom dostęp do ogromnej ilości informacji o klientach, a jednocześnie daje korzyści samym klientom" powiedział Gary Sankary, Retail Industry Manager w Esri. Dzięki szerokiemu wykorzystywaniu smartfonów podczas zakupów, „śledzenie" klientów w sklepach pozwala zrozumieć ich zachowania, a tym samym przyczynia się do wzrostu sprzedaży.

Tworzenie map wnętrz i inteligentne systemy oświetleniowe, podobnie jak inne rozwiązania IoT (Internet rzeczy), stały się niedrogie i łatwo dostępne – w rzeczywistości wiele elementów tej technologii może być bezpośrednio zintegrowanych z infrastrukturą sklepu. Klienci dzięki aplikacjom mobilnym i odpowiednim danym, ku swojemu zadowoleniu, dokonują bardziej korzystnych zakupów.

Źródło – https://www.gim-international.com/content/news/indoor-spatial-analysis-increases-retail-sales