

IN-STORE ANALYTICS: БИЗНЕС- АНАЛИТИКА ДЛЯ РИТЕЙЛА

ТИМОФЕЙ СУЛИМ, МЕНЕДЖЕР ПО РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА

Интегрированное решение от Bosch Security & Safety Systems



Парковка



Лифты



Движение



Переговорные



Эвакуация



Пожарная сигнализация



Распознавание лиц



Подсчет людей



Контроль доступа



Музыка



Cyber Security



Мониторинг

Аналитика внутри камер Bosch как стандарт



- Интерпретирует изображение в метаданные
- Помогает динамически управлять качеством изображения
- Помогает уменьшать битрейт

Аналитика внутри камер Bosch как стандарт

>14

Правил видеоаналитики

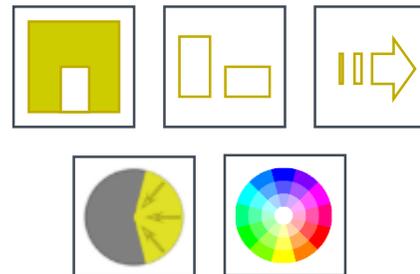


8

Тревожных правил
одновременно

5

Фильтров объектов



Управление
сценариями

Классификация объектов



BOSCH: IN-STORE ANALYTICS

Решения двойного назначения

12.02.2020



УВЕЛИЧЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ КЛИЕНТОВ И ПОВЫШЕНИЕ ПРОДАЖ

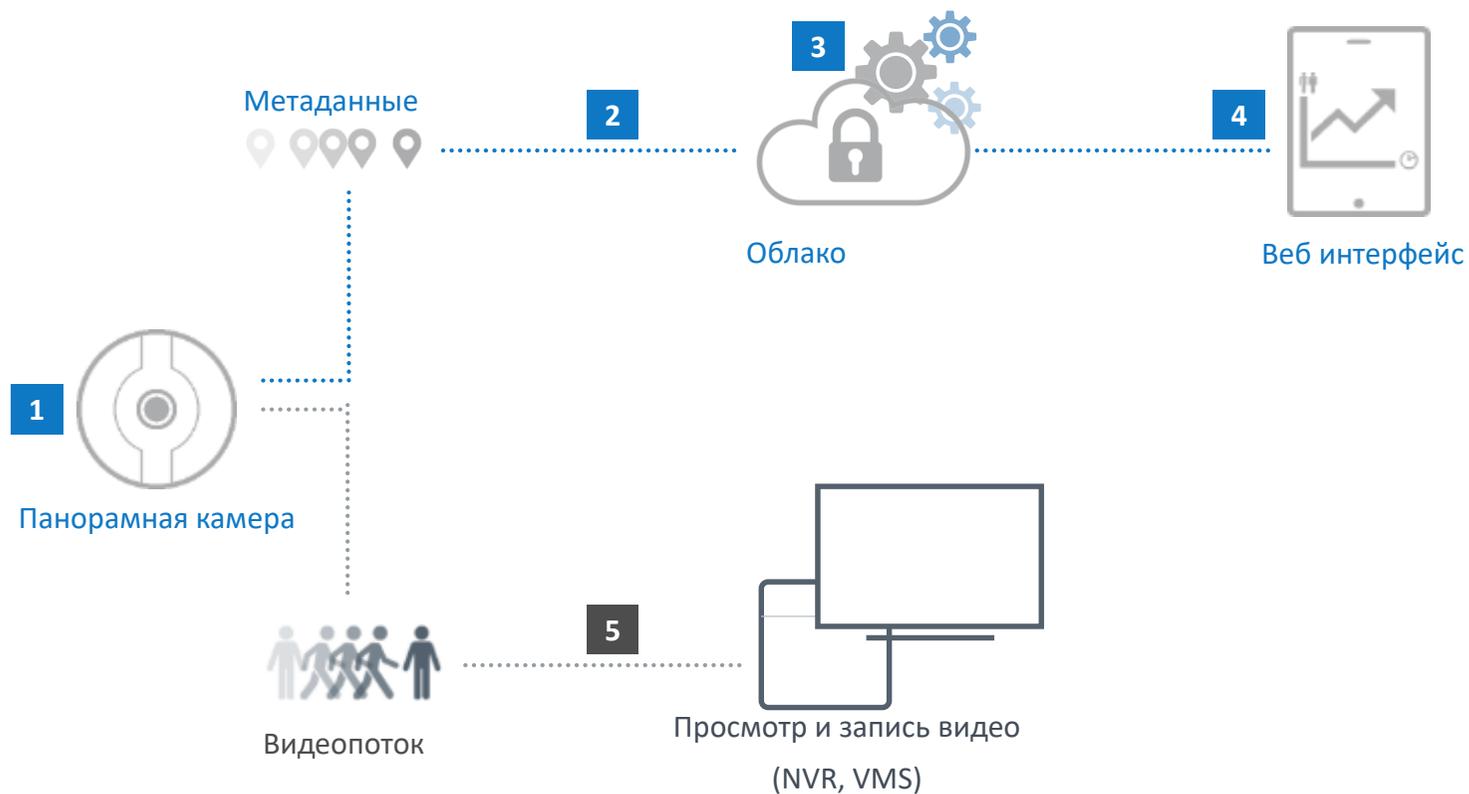
- Определение и аналитика зон интереса посетителей
- Аналитика траектории движения посетителей
- Воронка вовлеченности потенциальных клиентов



ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В МАГАЗИНЕ

- Отсутствие мертвых зон
- Встроенный видеоанализ при расследованиях

Принцип технологии



Формирование и поток данных

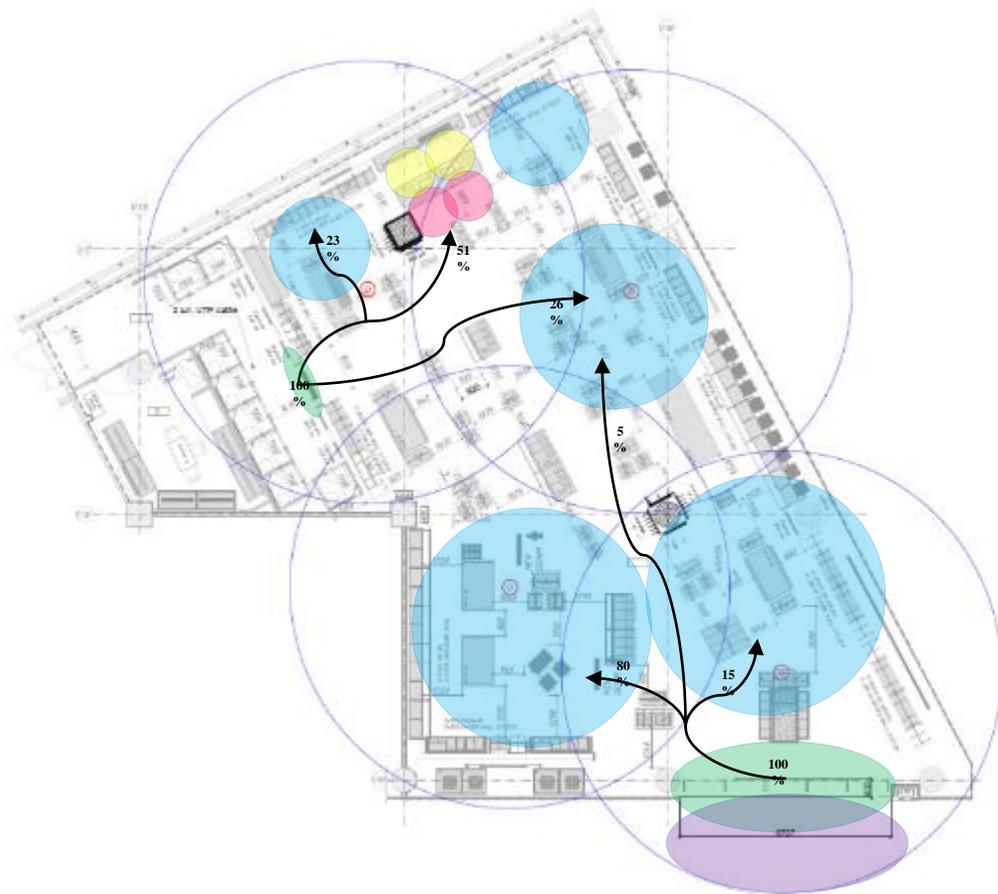
1. IP камеры Bosch формируют метаданные, отслеживая передвижение клиентов в магазине
2. Данные о передвижении отправляются в облако.
3. В облаке данные сохраняются, фильтруются и обрабатываются для визуализации.
4. Клиент просматривает и экспортирует отчеты через Web-интерфейс.
5. Видео поток может быть записан на локальный NVR.

Доступные показатели

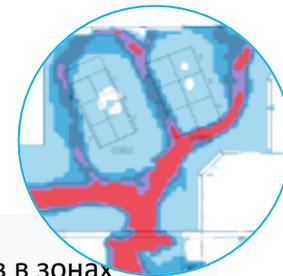
Метрики

- Количество посетителей
- Время нахождения в очереди
- Зоны интереса
- Наличие оператора на рабочем месте
- Проходящие мимо
- ↪ Маршруты посетителей

- Время нахождения в магазине
- Пересечение зон
- Скорость движения посетителей
- Тепловые карты
- Аналитика кассовой зоны
- Исключение персонала



Анализ зон интереса



ВЫЯВЛЕНИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ

Отслеживание и визуализация траектории движения посетителей позволяет выявлять горячие и холодные зоны на территории торгового объекта



РАЗМЕЩЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ

Размещение высокомаржинальных продуктов в зонах наибольшей вовлеченности для максимизации прибыли и эффективности зоны



ИЗМЕРЕНИЕ ВИДИМОСТИ ОТДЕЛА

Повышение рентабельности отделов и магазинов на основе визуализации путей за счет размещения высокомаржинальных продуктов и рекламы.



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОКУПАЕМОСТИ ЗОН

Данные о трафике посетителей позволяют сравнивать стоимость местоположения отдельных частей и секций магазина для оценки вариантов аренды «магазин в магазине»



ОПТИМИЗАЦИЯ ПЛАНИРОВКИ МАГАЗИНА

Оценка эффективности планировки магазина на основе визуализации движения посетителей и их распределение. Сравнение потоков и выявление зон, нуждающихся в доработке



СОПОСТАВЛЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАБОТЫ

Сравнение эффективности нескольких магазинов друг с другом. Характеристики лучших магазинов можно масштабировать на другие торговые объекты в сети

Анализ траекторий движения посетителей



ОЦЕНКА ПУТИ ПОСЕТИТЕЛЯ К ПОКУПКЕ

Выявление барьеров планировки при посещении, которые влияют на падение продаж категории



УПРАВЛЕНИЕ МАРШРУТАМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Проанализировать, способствует ли оформление магазина в определенных областях притоку клиентов



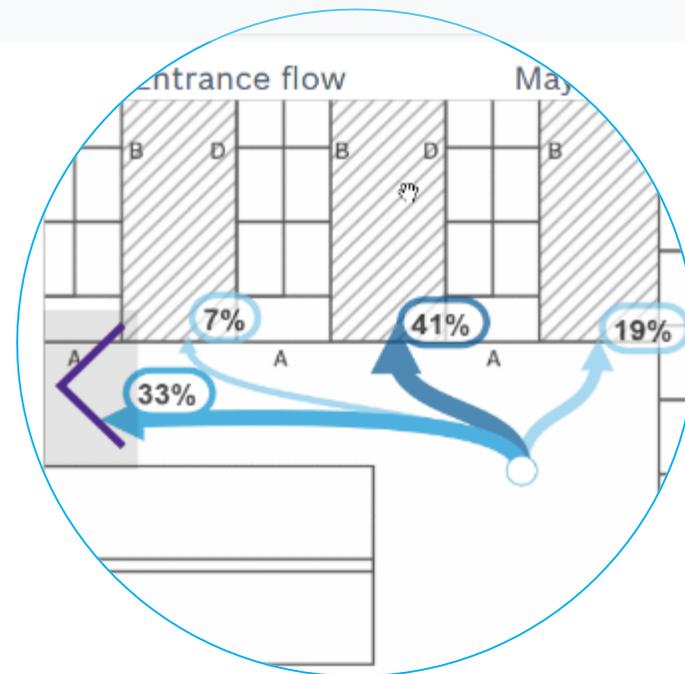
ВЫЯВЛЕНИЕ ЕСТЕСТВЕННОГО КУРСА НАВИГАЦИИ

Анализ естественных моделей навигации клиентов для размещения продуктов и вывесок



УКРЕПЛЕНИЕ ТАКТИКИ ПЕРЕКРЕСТНЫХ ПРОДАЖ

Определение маршрутов покупателей для стимулирования перекрестных продаж



BOSCH: IN-STORE ANALYTICS

Воронка вовлеченности



СОЗДАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО КРІ

Измеряя вовлеченность покупателей на мероприятиях в магазинах или с продвигаемыми продуктами, можно сформулировать новый КРІ для оценки эффективности рекламных кампаний



ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПРОДУКТ

Классификация воздействия на продукт на основе комбинации трафика и фактического взаимодействия с продуктом для оптимизации позиционирования продукта



ОПТИМИЗАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ ПРОДУКТОВ

Анализ эффективности портфеля продуктов в магазине для изменения ассортимента, объема и места размещения



ОЦЕНКА ВЫКЛАДКИ ТОВАРОВ & ЦЕНЫ

Продажи зависят от интереса посетителя к концепции магазина, выкладке товаров



ВЫЯВЛЕНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ

Непрерывная оценка изменений показателей вовлеченности для выявления выгоды



РАСЧЕТ КОЭФФИЦИЕНТА КОНВЕРСИИ

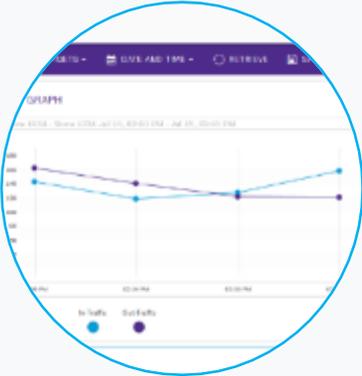
Показатели вовлеченности позволяют оценить реальный потенциал продаж и рассчитать коэффициент конверсии до полки и продукта



BOSCH: IN-STORE ANALYTICS

Операционный анализ

Подсчет посетителей



Подсчет очередей



IN-STORE ANALYTICS позволяет оценить и улучшить обслуживание посетителей, позволяя задействовать персонал более эффективно

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Тимофей Сулим

Менеджер по развитию
бизнеса

+7 916 293 7008

timofey.sulim@ru.bosch.com

