

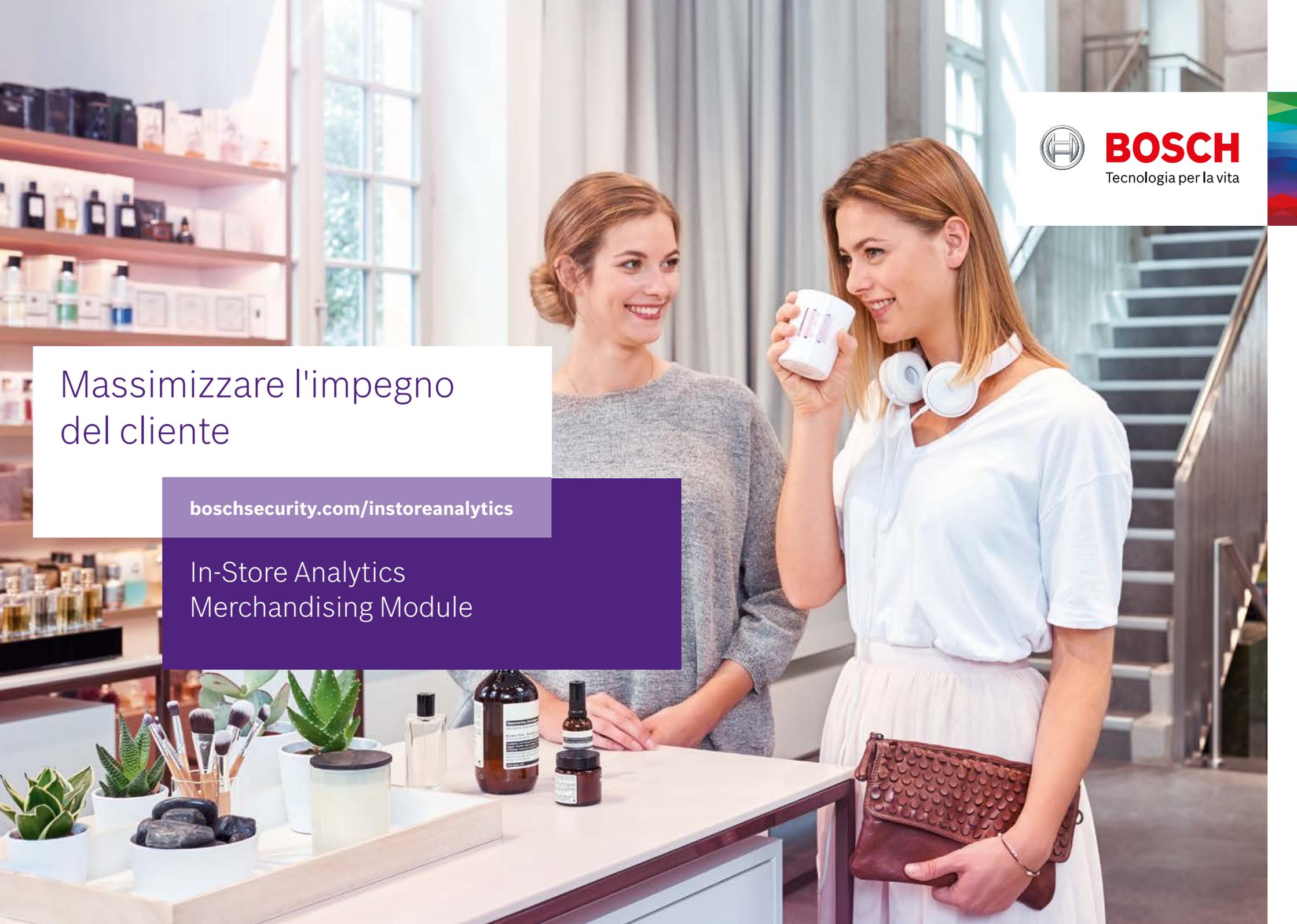


**BOSCH**  
Tecnologia per la vita

## Massimizzare l'impegno del cliente

[boschsecurity.com/instoreanalytics](https://boschsecurity.com/instoreanalytics)

In-Store Analytics  
Merchandising Module





La vendita di prodotti al dettaglio dipende spesso dal posizionamento all'interno del negozio e dal momento in cui i clienti vedono i prodotti nel loro percorso nel reparto.



Queste informazioni sono essenziali per migliorare la configurazione delle promozioni nei reparti, ma spesso non sono disponibili e si deve fare ricorso ai dati del punto vendita. Questi ultimi non sono, però, un indicatore diretto delle prestazioni delle promozioni poiché sono condizionati da molti altri fattori.

Prendere decisioni promozionali in base a **dati in tempo reale sul comportamento dei clienti**

# Un set di strumenti per misurare e ottimizzare l'impegno del cliente

In-Store Analytics Merchandising Module fornisce strumenti dedicati che permettono di ottenere informazioni utili sul modo in cui i clienti interagiscono ogni giorno con le strutture e la disposizione dei prodotti. Consente di monitorare le prestazioni delle promozioni, individuare i concetti di maggiore o minore successo, ispirare il miglioramento e misurarne l'impatto in tempo reale.

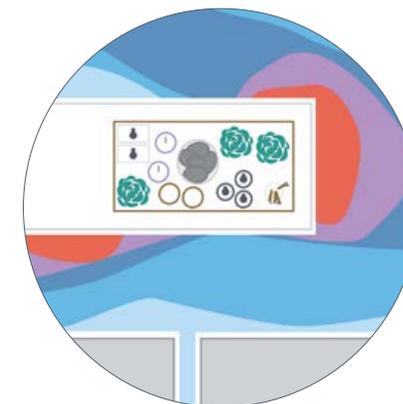


## Migliorare la redditività del posizionamento

### Visualizzare il traffico



- ▶ Individuazione del layout del negozio che attrae maggiormente il coinvolgimento dei clienti nelle aree di interesse.
- ▶ Identificazione delle zone di maggior traffico su cui basare il posizionamento di prodotti e promozioni.
- ▶ Identificazione delle zone di minor traffico come causa di volumi di vendita bassi.



È possibile creare visualizzazioni del traffico contrassegnando le aree di interesse sulla pianta del negozio. Le visualizzazioni hanno anche scale di colori/dati che permettono di eseguire confronti tra i negozi.





## Ottimizzare le prestazioni della disposizione

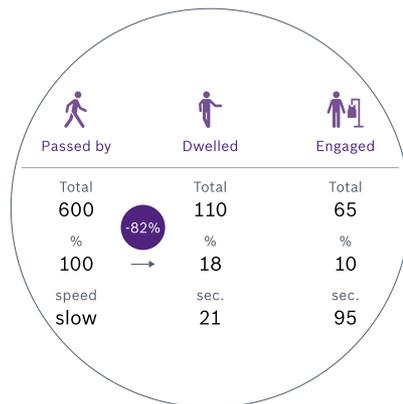
### Massimizzare l'impegno



- ▶ Monitoraggio delle prestazioni della disposizione dei prodotti in tutti i negozi.
- ▶ Individuazione delle esposizioni che meglio riescono a coinvolgere i passanti.
- ▶ Identificazione delle disposizioni da ottimizzare.



È possibile raccogliere le metriche di coinvolgimento contrassegnando le aree di interesse sulla pianta del negozio, che si tratti di un reparto, una struttura o anche parte di una struttura, come il lato di un tavolo dei prodotti. In questo modo ci si può fare rapidamente un'idea del traffico di passanti tipico di ogni area, della percentuale che si riesce a coinvolgere con la disposizione dei prodotti e delle misure che meglio riescono ad aumentare tale coinvolgimento.



## Migliorare la prima impressione

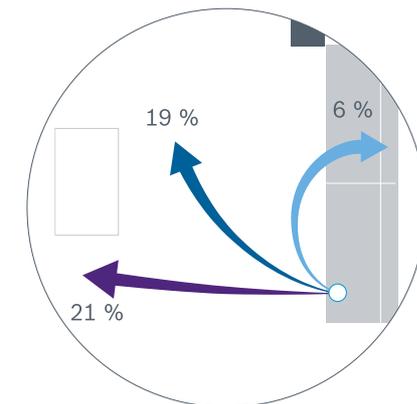
### Analizzare i flussi



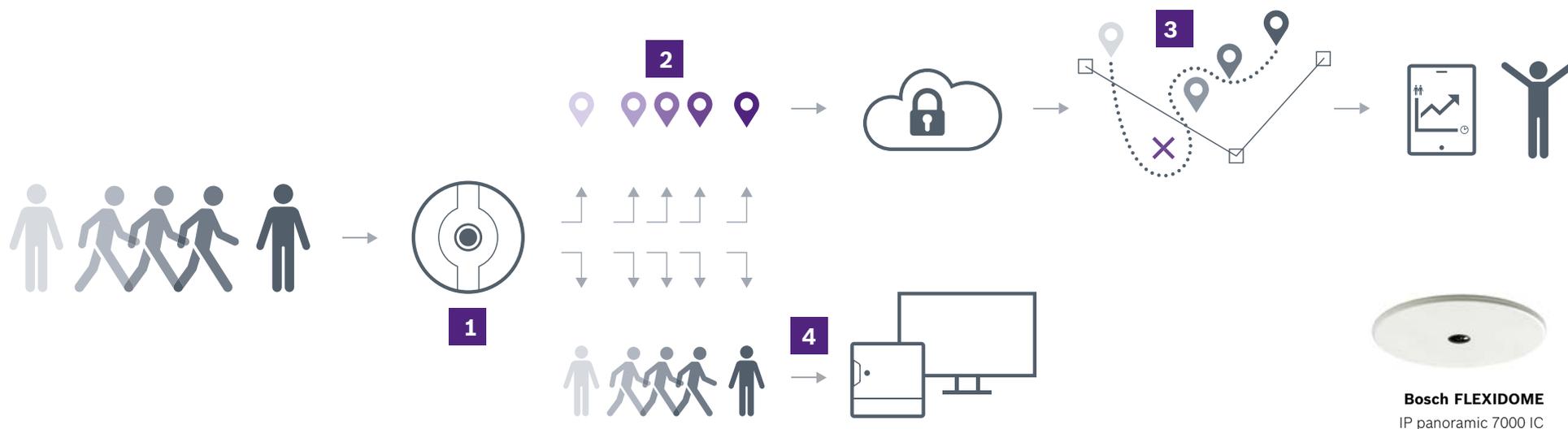
- ▶ Analisi degli spostamenti dei clienti per determinare se si muovono come previsto e vedono per prima la disposizione più importante.
- ▶ Determinazione dell'impatto sui flussi di clienti dei diversi tipi di layout del negozio.
- ▶ Identificazione dei punti di blocco del flusso come causa di volumi di vendita bassi.



Creazione intuitiva di mappe del flusso, calcolando ad esempio il numero di clienti che si sono diretti subito verso il prodotto pubblicizzato rispetto al numero di clienti entrati nel piano. I risultati permetteranno di costruire casi realistici suffragati dai dati per nuove idee di layout e design del reparto.



Le telecamere **Bosch FLEXIDOME IP panoramic 7000 MP** sono posizionate per garantire la visibilità in tutti i negozi. I dati di posizione, generati dalle telecamere, vengono inviati al cloud per l'elaborazione di metriche prestazionali e visualizzazioni del traffico.



## Sistema affidabile e configurazione scalabile

### Dati attendibili

Più livelli di elaborazione consentono di ottenere dati e visualizzazioni estremamente realistici.

Le telecamere FLEXIDOME IP panoramic 7000 MP **(1)** includono Intelligent Video Analytics che permette di tracciare le persone e generare i dati **(2)** relativi alla loro posizione e ai loro movimenti in tutto il negozio.

I dati di posizione vengono quindi inviati al cloud, dove vengono filtrati in base ai singoli ambienti dei negozi **(3)** da avanzati algoritmi di elaborazione basati su cloud, fino a raggiungere almeno il 95% di accuratezza dei dati.

### Discrezione e protezione della privacy dei clienti

Solo i dati anonimi di posizione vengono inviati al cloud, indipendentemente dai flussi video, proteggendo in questo modo la privacy dei clienti del negozio.

I flussi video vengono gestiti a livello locale **(4)**, dove possono essere usati a scopo di prevenzione. Soluzioni di registrazione come il Bosch Video Management System consentono di eseguire ricerche forensi intelligenti sulle registrazioni video. Le telecamere Bosch possono essere verniciate dello stesso colore del soffitto per la massima discrezione.

### Facilità di copertura di negozi di grandi dimensioni

I dati di posizione, generati da ogni telecamera, consentono l'elaborazione distribuita e una configurazione scalabile dei negozi, per poter analizzare e ottimizzare le prestazioni del servizio e dell'attività promozionale in ogni angolo del negozio.

Le prestazioni non sono limitate dalla capacità di elaborazione di un PC locale, come invece accade a discapito di altre soluzioni di analisi al dettaglio.

**Una tradizione di innovazione e qualità**

Da più di 125 anni, il nome Bosch è riconosciuto per qualità e affidabilità.  
Bosch è il fornitore globale di soluzioni tecnologiche innovative supportato da eccellenti servizi di assistenza.

© Bosch Sicherheitssysteme GmbH, 2017  
Con riserva di modifiche | Stampato in Germania  
MS-GB-it-01\_F01U561029\_01