

Presseinformation

Vis-à-pix präsentiert auf IBM Stand Lösungen zur Effizienzsteigerung im Einzelhandel

Potsdam 9. Februar 2009 – Vis-à-pix, ein führender Entwickler und Anbieter intelligenter 3D-Videoanalyse-Lösungen für Handel und Shoppingcenter, präsentiert vom 10.-12. Februar 2009 auf der EuroCIS seine Angebotspalette zur Steigerung der Effizienz und der Servicequalität im Handel. Besonderes Augenmerk liegt auf dem Einsatz der Videoanalyse zur Erfolgsmessung von Instore-Marketing Aktionen, zur Verweildauermessung auf Verkaufsflächen und zur Kundenfrequenzmessung

Driving Retail Efficiency

Gemäß dem Motto „Driving Retail Efficiency“ präsentiert Vis-à-pix bei IBM live innovative Lösungen zur Effizienzsteigerung im Einzelhandel. Der über 200qm große Stand wird dabei in verschiedene Branchen-Einheiten unterteilt. Kameras werten das Geschehen auf diesen in Echtzeit aus, z.B. wie lange sich Personen darin aufhalten und wie viele den Stand betreten. Die Ergebnisse werden den Besuchern an zentraler Stelle vorgeführt.

PRESTIGEenterprise zeigt interaktive Werbebotschaften auf digitalen Displays

Erstmalig wird Vis-à-pix eine neue Kameralösung mit der Software ‚People Attract‘ als praxisnahe Anwendung für den Handel auf dem Stand der Online Software AG präsentieren (Halle 13, Stand D11). Durch die Integration der Auswertung der Blickkontakte in die marktführende POS-Kommunikations-Lösung PRESTIGEenterprise wird störende Werbung zu sinnvoller Information für den Shopper. So wird beispielsweise einem männlichen Betrachter am Counter einer Autovermietung über einen Flachbildschirm automatisch der 5er BMW, einer Kundin der BMW-Mini als Mietfahrzeug empfohlen.

Bei IBM können Besucher erfahren, wie Vis-à-pix die Blickkontakte von Passanten ermittelt und deren Verweildauer vor Displays misst. Darüber hinaus wird das Geschlecht des jeweiligen Betrachters erkannt, und die Ergebnisse entsprechend aufgeschlüsselt. Durch die Analyse in Echtzeit können Werbebotschaften sekundenschnell an das Geschlecht angepasst und entsprechend abgespielt werden. „Mit unserer Software ‚People Attract‘ stellen wir dem Einzelhandel und den Werbepartnern aus der Industrie erstmals ein Tool zur Verfügung, mit dem der Erfolg von Marketingaktionen ermittelt, und Streuverluste vermieden werden können“, erklärt Geschäftsführer Engelbert vom Kolke.

Bedarfsorientierte Personaleinsatzplanung auf Basis der Kundenfrequenz

Die Vis-à-pix Kundenfrequenzmessung wird auf der EuroCIS in die speziell auf die Bedürfnisse des Handels zugeschnittene Software X/TIME®-Retail der Firma GFOS integriert (Halle 14 / F51). GFOS passt den Personaleinsatz an Umsätze, besondere Ereignisse und nun auch an Kundenfrequenzen an. Neu integriert wurde eine voll automatisierte Kassenplanung, die auf Knopfdruck Kassenbesetzungen vorschlägt, in der sowohl Kassentypen als auch individuelle Kassenprioritäten berücksichtigt werden können. Erstmalig werden in X/TIME®-Retail auch die Ergebnisse der Vis-à-pix Kundenfrequenzmessung integriert, wodurch jede einzelne Filiale eine bessere Übersicht über die Kundenfrequenz zu unterschiedlichen Tages- und Jahreszeiten hat und ggf. auch kurzfristig reagieren kann.

Praxisbericht

EuroCIS Exhibitor Forum, 12.02.2009, 12:30 - 13:00 Uhr:

„Der moderne Einzelhandel im Bahnhof: Multimedia, Technologie und Sicherheit“.

Referenten: Axel Stephan, CSO Vis-à-pix und Joachim Wilke,
Inhaber ES Consulting.

Über Vis-à-pix

Vis-à-pix ist ein führender Entwickler und Anbieter intelligenter 3D-Videoanalyse-Lösungen für Handel und Marktforschung. Die Vis-à-pix GmbH wurde 2004 als Spin-off des Fraunhofer-Instituts für Nachrichtentechnik (Heinrich-Hertz-Institut) gegründet. Seit ihrer Gründung ist Vis-à-pix Innovationstreiber bei Softwarelösungen für die videobasierte Echtzeit-Messung und Analyse von Kundenverhalten auf Handelsflächen. Ihre Ergebnisse dienen der Effizienzsteigerung sowie der Optimierung von Marketingaktivitäten am Point of Sale (PoS). Neben diversen Preisen für bahnbrechende technologische Entwicklungen wurde Vis-à-pix vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) als „Multimediagründung des Jahres 2006“ ausgezeichnet.

Weitere Informationen über Vis-à-pix und seine Retail Intelligence-Lösungen finden Sie unter www.visapix.com

Produktinformation

Vis-à-pix bietet in seiner People Counter-Familie die Produkte „People Focus“, „People Scout“ und „People Attract“. Einzelnen oder in Kombination ermöglichen diese Lösungen die Erfassung und Auswertung von Besucherverhalten am Point of Sale. Auf Basis der erhobenen Daten können Marketing- sowie Serviceaktivitäten zielgenau an den erkannten Kundenbedürfnissen ausgerichtet werden. Der „People Focus“ wird als reine Zählsoftware eingesetzt und erreicht eine höchst mögliche Genauigkeit. Die Software wird vor allem zur Besucherfrequenzmessung an Ein- und Ausgängen und zur Ermittlung der potenziellen Bruttoreichweite einer Werbemaßnahme eingesetzt. Der „People Scout“ misst die Verweildauer vor Regalen, erkennt die Laufwege der Kunden und erlaubt eine effiziente Planung von Zweitplatzierungen und Digital Merchandising-Aktionen. Zudem meldet der „People Scout“, wenn im Kassenbereich eine vorgegebene Wartezeit überschritten wird. Der „People Attract“ erfasst die tatsächliche Anzahl der Blickkontakte und das Geschlecht von Personen vor Instore-Maßnahmen. Da die Auswertung in Echtzeit erfolgt, können bei Digital Signage und InstoreTV Werbeinhalte umgehend geschlechtsspezifisch angepasst werden. Alle Produkte sind einzeln oder im Paket einsetzbar. Sie ergänzen sich vor allem in den Bereichen der Marketingerfolgskontrolle und interaktives Instore-Marketing, wo sie durch einen Abgleich der potenziellen mit der tatsächlichen Netto-Reichweite die Wirkung von Marketingaktionen auswerten.

Kontakt:

Vis-à-pix GmbH

Elena Lucas

Babelsberger Straße 12

D-14473 Potsdam

[T] +49 (0) 331 / 231 832 40

[F] +49 (0) 331 / 231 832 99

[E] Lucas@visapix.com

[I] www.visapix.com