

Presseinformation

Vis-à-pix erweitert mit neuen Software-Partnern sein Lösungsangebot für mehr Effizienz im Schuheinzelhandel

Vis-à-pix, SEAK und Ariston Informatik präsentieren auf der GDS 2008 erstmals gemeinsames Pilotprojekt beim Schuhhaus Darré.

Düsseldorf, 12. September 2008 – Vis-à-pix, ein führender Entwickler und Anbieter intelligenter 3D-Videoanalyse-Lösungen für Handel und Marktforschung, präsentiert auf der GDS – International Event for Shoes & Accessories 2008 erstmals zwei neue Dienstleistungspartnerschaften. Die Software-Lösungen von Vis-à-pix verfügen zukünftig über Schnittstellen zur Personalplanungs-Software des Handelsspezialisten SEAK und zum Handels-Information-System HIS von Ariston Informatik. Die Anbindung der Mess- und Analysesoftware von Vis-à-pix ermöglicht einen effektiveren Mitarbeiterereinsatz, besseren Kundenservice und zeigt durch die frequenzorientierte Personaleinsatzplanung und Produktivitätsmessung bisher ungenutzte Umsatzreserven auf. Im Rahmen des IT-Dienstleistungszentrums auf der GDS 2008 werden die Möglichkeiten zur Verbesserung der Personaleinsatzplanung und Effizienzsteigerung am aktuellen Beispiel des Schuhhauses Darré vorgestellt.

Besucherorientierte Personaleinsatzplanung

Das Gießener Schuhhaus Darré strebte weitere Verbesserungen bei Personaleinsatzplanung und Kundenservice durch den Einsatz innovativer Technologien an. Die Lösung: Die Videoanalyse-Software von Vis-à-pix zur Besucherfrequenz-Messung. Die Resonanz auf Sonderaktionen oder verkaufsoffene Sonntage wird nicht mehr nur anhand des Umsatzes ausgewertet. Sie bemisst sich auch am Kunden- und Besucherandrang, der erstmalig unabhängig vom Umsatz exakt erfasst wird. Heinz-Jörg Ebert, Inhaber des Schuhhaus Darré, bestätigt den Erfolg der Lösung: „Es ist erstaunlich, wie weit die echte, gemessene Frequenz von unseren bisherigen Schlussfolgerungen durch Umsatzzahlen abweicht. Es ergeben sich dabei Regelmäßigkeiten, auf die wir jetzt bei der Einsatzplanung viel besser reagieren können. Wir optimieren so unsere Personalkosten besucherorientiert und verbessern deutlich die Abschöpfung.“

Im nächsten Projektschritt wird die Vis-à-pix-Software in das bestehende Handels-Information-System HIS von Ariston Informatik eingebunden. Die Daten der Kundenfrequenzmessung werden automatisch ins HIS weitergeleitet und mit den artikel- und minutengenauen Verkaufszahlen abgeglichen. Im Ergebnis erhält Darré verlässliche Umsatzzahlen nicht nur pro Kunde, sondern sogar pro Besucher. Ab Dezember 2008 werden die Daten der Vis-à-pix Kundenfrequenzmessung auch in die bei Darré eingesetzte Personalplanungs-Software von SEAK übertragen. Bisher wurde die Planung anhand der Umsatzvorgaben erstellt. Zukünftig ist es

möglich, bei der Planung auch die Besucher zu berücksichtigen und dadurch neue Umsatzreserven zu erschließen.

Engelbert vom Kolke, Geschäftsführer Vis-à-pix GmbH: „Die Partnerschaft mit Ariston Informatik und SEAK bestärkt unsere Position als Innovations- und Effizienztreiber bei intelligenten Videoanalyse-Lösungen für den Einzelhandel. Das Projekt Schuhhaus Darré belegt, dass wir das Ziel, größte Kundenzufriedenheit mit höchster Produktivität und maximalem Ertrag zu vereinen, erreichen.“

Kundenfrequenzmessung liefert verlässliche Datenbasis

Vis-à-pix-Lösungen zur Kundenfrequenzmessung ermöglichen eine schnelle und exakte Messung der Kunden- und Besucherzahl auf Handelsflächen. Die Resonanz auf Sonderaktionen und saisonbedingte Schwankungen werden erstmals unabhängig von den reinen Umsatzzahlen messbar. Verantwortliche erhalten eine verlässliche Datenbasis für die Verbesserung der Personaleinsatzplanung, die auf echten Zahlen statt auf geschätzten Werten basiert.

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

Kontakt:

Vis-à-pix GmbH
 Engelbert vom Kolke
 Geschäftsführer
 Babelsberger Straße 12
 D-14473 Potsdam
 [T] +49 (0) 331 / 231 832 40
 [F] +49 (0) 331 / 231 832 99
 [E] vomkolke@visapix.com
 [I] www.visapix.com

Presse:

komm.passion GmbH
 Marc-Oliver Schach
 PR-Berater
 Holzstraße 2
 D-40221 Düsseldorf
 [T] +49-211-600 46 -233
 [F] +49-211-600 46 -200
 [E] marc.schach@komm-passion.de
 [I] www.komm-passion.de