

Presseinformation

ECE stattet Center mit Vis-à-pix-Lösung zur Personenzählung aus

Videoanalyse-Software „People Focus“ erfasst die Besucherfrequenz in den Einkaufszentren

Potsdam 14. Mai 2009 – Vis-à-pix, ein führender Entwickler und Anbieter intelligenter 3D-Videoanalyse-Lösungen für Handel, Marktforschung und Shoppingcenter, hat Ende April mit der Installation seiner Personenzählsoftware in mehr als 40 deutschen und internationalen ECE-Centern begonnen. Dabei werden die Besucherströme an Ein- und Ausgängen gemessen.

Axel Stephan, Vertriebs-Geschäftsführer bei Vis-à-pix erklärt: „Unsere innovativen Retail Intelligence-Lösungen sind schon heute in einer Vielzahl deutscher Einkaufszentren renommierter Betreiber erfolgreich im Einsatz. Wir freuen uns, dass wir unser großes Know-how in der videobasierten Besucherfrequenzmessung im Handel nun auch in vielen europäischen Ländern einsetzen können.“

Verlässliche Erfassung und Auswertung der Besucherzahl

Mit Hilfe des „People Focus“ wird die Besucherzahl in den Einkaufszentren an allen Verkaufstagen präzise erfasst. Das Zählsystem gibt fortlaufend Auskunft darüber, wie viele Personen wann welchen Eingang genutzt haben. Die Ergebnisse der Besucherfrequenzmessung können nach Uhrzeit, Wochentag oder Eingang ausgewertet werden und ermöglichen so eine bessere Messbarkeit der frequenzerhöhenden Marketingmaßnahmen.

Separate Analyse-Controller schaffen hohe Ausfallsicherheit

Die „People Counter“-Software bezieht ihre Bilddaten über ein System aus je bis zu drei Analogkameras, die an den Eingängen des Einkaufszentrums in die Decke eingelassen werden. Eine Besonderheit der Installation ist, dass jeder Eingang als „autarkes System“ arbeitet, das mit je einem eigenen kompakten Analyse-Controller ausgerüstet wird. Auf diesem Controller werden die Bildinformationen der angeschlossenen Kameras je Eingang in Echtzeit verarbeitet. Da alle Bilder sofort verworfen werden, speichert der Controller nur die Zählraten.

Das „autarke System“ garantiert dem Nutzer höchste Ausfallsicherheit, dadurch maximale Datenqualität bei niedrigen Energiekosten. Bei herkömmlichen Systemen werden Bildinformationen an einen zentralen Computer übermittelt, auf dem die Auswertung stattfindet. Fiele dieser zentrale Rechner aus, wären alle Daten und unter Umständen die Auswertung für ein gesamtes Center, verloren. Bei dem von Vis-à-pix eingesetzten System findet die Auswertung bereits auf dem jeweiligen Analyse-Controller statt, dort werden die Daten für die jeweiligen Eingänge gespeichert, und gleichzeitig in jedem Center in eine Datenbank übertragen. Im Störfall können die Daten auch im Nachhinein vom lokalen Controller abgerufen werden.

Über Vis-à-pix

Vis-à-pix ist ein führender Entwickler und Anbieter intelligenter 3D-Videoanalyse-Lösungen für Handel, Marktforschung und Shoppingcenter. 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 Kassensbereich 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
Engelbert vom Kolke
Geschäftsführer
Babelsberger Straße 12
D-14473 Potsdam
[T] +49 (0) 331 / 231 832 10
[F] +49 (0) 331 / 231 832 99
[E] vomkolke@visapix.com
[I] www.visapix.com