

Medieninformation

Kundenstatistik in Einkaufszentren

Mehr Umsatz und Service durch intelligente Videoanalyse

Der „People Counter“ analysiert Anzahl und Laufwege von Kunden, steigert die Wirkung von Werbemaßnahmen und optimiert den Service.

(Potsdam, 17.05.06) Videoüberwachung gehört heutzutage auch in Einkaufszentren zum Alltag. So haben viele Kaufhausbetreiber ihre Waren und Kunden vom Eingangs- bis zum Kassensbereich ständig im Blick. Die Potsdamer Videoanalyseexperten von Vis-à-pix stellen Centermanagern jetzt eine intelligente Lösung zur Verfügung, welche aus den bereits installierten Kameras wahre Multitalente macht. „Im Gegensatz zu herkömmlichen Videoaufzeichnungssystemen zählt unsere Software nicht nur die Menschen, sondern sie analysiert die beobachteten Szenen und erkennt Laufwege oder wartende Personen“, erläutert Geschäftsführer Dr. Ivo Keller.

Ertragssteigerung durch Kundenstatistik

Jeden Centermanager interessiert, wann wie viele Kunden einkaufen und welche Wege sie dabei zurücklegen. Während die Kundenstatistik bislang vorwiegend manuell erhoben wird, erledigt der People Counter dies ab sofort „wie von selbst“: Er zählt automatisch die in Menschenströmen enthaltenen Personen und analysiert die zurückgelegten Laufwege. Dies gelingt selbst bei großen Personenzahlen und unter schwierigen Bedingungen wie z.B. laufenden Rolltreppen oder schräg geneigten Kameras. Die ermittelten umfangreichen Daten über das Kaufverhalten von Kunden können dann bei der Gestaltung von Verkaufsflächen, bei der Planung von Sonderaktionen oder für einen effizienten Personaleinsatz berücksichtigt werden. Kennt das Centermanagement darüber hinaus die tatsächliche Anzahl der Kunden zu bestimmten Zeiten, so können auch Standmieten oder die Preise für Präsentationsflächen in Abhängigkeit von der Besucheranzahl gestaltet werden. Des Weiteren lässt sich der Pro-Kopf-Umsatz ermitteln und durch geeignete Werbemaßnahmen und optimale Warenpositionierung steigern.

Marketingoptimierung

Der Vergleich unterschiedlicher Analysezeiträume gibt darüber Aufschluss, an welchen Tagen besonders viele Kunden anwesend waren, welche Warenbereiche sie stark frequentierten und wo sie stehen geblieben sind. Somit ist die Wirkung zum Beispiel von Aufstellern, Promotionteams oder Rabattaktionen messbar und transparent. Außerdem lassen sich anhand dieser Ergebnisse und unter Berücksichtigung externer Faktoren wie wichtigen Ereignissen oder Feiertagen etc. Prognosen über den zu erwartenden „Kundenansturm“ ableiten: Erlaubt beispielsweise die Auswertung der Kundenstatistik über einen gewissen Zeitraum den Schluss, dass an Regentagen bis zu 35 Prozent mehr Kunden das Center besuchen, so können Verkaufsaktionen auf Tage gelegt werden, an den es mit hoher Wahrscheinlichkeit regnen wird.

Erhöhung der Servicequalität

Während Sicherheitsverantwortliche oder auch Servicemitarbeiter bislang das Geschehen im Einkaufscenter auf mehreren Bildschirmen verfolgen und einschätzen mussten, visualisiert der People Counter alle Analyseergebnisse in einem Gesamtgrundriss. Elegante Kalibrationsverfahren ermöglichen die Einordnung der einzelnen Kamerabilder in diesen Lageplan. Auf dem Grundriss erscheinen dann alle Personen als „wandernde“, farbige Punkte. Die Laufwege der einzelnen Kunden werden sichtbar und Menschenansammlungen lösen automatisch Alarm aus. Gerade in Stoßzeiten bilden sich schnell lange Schlangen an den Kassen. Wird dies zu spät erkannt, reagieren die Kunden verärgert. Mit dem People Counter können die Verantwortlichen frühzeitig reagieren: Denn wenn sich Kunden dem Kassensbereich nähern, färben sich die Punkte in der Grundrissvisualisierung entsprechend des Abstandes auch hier erst gelb, dann rot. Überschreitet die Zahl der Wartenden eine vorgegebene Größe, warnt der People Counter automatisch das Service-Personal, das schnell weitere Kassen besetzen kann. Auch das rechtzeitige Nachfüllen der Regale wird bald über die Software gesichert sein, denn sie kann in Kürze sogar analysieren, wo welche Waren aus den Regalen genommen worden sind.

Geringe Investitionskosten

Da der People-Counter die bereits installierten Kameras und Standard-PC-Systeme nutzt, ist das intelligente Videoanalyzesystem ohne größere Zusatzinvestitionen einsetzbar. So ist die Software für Unternehmen, welche die hohen Kosten für manuelle Kundenstatistik verringern wollen, eine interessante Alternative.

Über Vis-à-pix:

Das Unternehmen ist Spezialist und Anbieter intelligenter Videoanalyse-Software und erreicht mit seinen mathematischen Analyseverfahren eine bisher noch nicht bekannte Qualität bei der automatisierten Auswertung und Speicherung analoger und digitaler Videodaten.

Die Kompetenzfelder des Unternehmens reichen von der Echtzeit-Video-Analyse bis hin zur Suche in sehr großen Bild- und Video-Datenbanken. Diese Produkte vermarktet das Unternehmen im Rahmen eines strategischen Partnerschaftsprogramms, der „Vis-à-pix Partner Alliance“. Die Partner sind Produkthanbieter und Systemintegratoren aus den Bereichen der Sicherheitstechnik, Bild- und Videoarchivierung sowie der interaktiven Medien.

Im Februar 2006 ist die Vis-à-pix GmbH vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) zur „Multimediagründung des Jahres 2006“ gekürt worden. Die Wettbewerbs-Jury würdigte insbesondere die hohe Qualität des Managements und der Vis-à-pix-Technologie, durch die sich das Unternehmen in einem Markt mit eher geringer Innovationskraft deutlich abhebt.

Kontakt:

Vis-à-pix GmbH
Dr. Ivo Keller
Hermannswerder Haus 17
14473 Potsdam
Tel.: +49 331 2300-900
Fax: +49 331 2300-949
E-Mail: keller@visapix.com
www.visapix.de

wbpr Public Relations
Claudia Hering
Parkstraße 2
14469 Potsdam
Tel.: +49 331 / 201 66 67
Fax: +49 331 / 201 66 99
E-Mail: claudia.hering@wbpr.de
www.wbpr.de