

Medieninformation

Mehr Umsatz und Service durch intelligente Videoanalyse

Softwarefamilie automatisiert die Kundenstatistik, analysiert Laufwege von Kunden, steigert die Wirkung von Werbemaßnahmen und optimiert den Service

(Potsdam, 12.06.07) Ob Promotionaktion, Schaufenstergestaltung oder die Preisgestaltung für Verkaufsflächen – die Software „People Counter“ ermöglicht Marketingmanagern aufgrund von Videobildern die Analyse und Prognose von Kundenverhalten. Videoüberwachung gehört heutzutage auch in Einkaufszentren, Bahnhofspassagen oder großen Kino- oder Spielezentren zum Alltag. So haben viele Betreiber sowohl ihre Waren als auch ihre Kunden vom Eingangs- bis zum Kassensbereich ständig im Blick. Die Potsdamer Videoanalysespezialisten von Vis-à-pix stellen Centermanagern und Marketingverantwortlichen jetzt eine intelligente Lösung zur Verfügung, welche aus gewöhnlichen Überwachungskameras wahre Multitalente macht.

Ertragssteigerung durch Kundenstatistik

Um sein Marketingkonzept zu optimieren, interessiert jeden Centermanager, wann wie viele Kunden das Warenhaus betreten oder verlassen, wie hoch die Verweildauer vor Schaufenstern ist und welche Wege sie zurücklegen. Während in vielen Centern die Kundenstatistik bislang vorwiegend manuell erhoben wird, analysiert der „People Counter“ Kundenströme automatisch. Er zählt die sich darin befindenden Personen und analysiert deren Laufwege. Dies gelingt selbst bei großen Personenzahlen und unter schwierigen Bedingungen.

Speziell für den Einsatz in größeren Menschenmengen bietet der People Counter Focus als reine Zählsoftware jedem Center- und Marketing-Manager die Möglichkeit, das Kundenaufkommen, z. B. an Ein- und Ausgängen mit einer Genauigkeit von bis zu 98 Prozent zu messen, und das bei einer Kamerahöhe von 2 bis zu 20 Metern. Kommt zudem der Summary Server zum Einsatz, können die Zählergebnisse aller Kameras an zentraler Stelle zusammengefasst und ausgewertet werden. Dies funktioniert sowohl hausintern als auch vernetzt über mehrere Filialen.

Die ermittelten umfangreichen Daten über das Kaufverhalten von Kunden bilden dann eine aussagekräftige Basis, um Verkaufsflächen optimal zu gestalten oder Sonderaktionen und das dafür benötigte Personal effizient zu planen. Kennt das Centermanagement darüber hinaus die tatsächliche Anzahl der Kunden zu bestimmten Zeiten, so können entweder Standmieten oder die Preise für Präsentationsflächen in Abhängigkeit vom Kundenaufkommen kalkuliert werden. Des Weiteren lässt sich der Pro-Kopf-Umsatz ermitteln und durch geeignete Werbemaßnahmen und optimale Warenpositionierung steigern.

Marketingoptimierung durch Wellenvergleiche

Der Vergleich unterschiedlicher Analysezeiträume gibt darüber Aufschluss, an welchen Tagen besonders viele Kunden und Besucher anwesend waren, welche Bereiche 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 Prognosen über den zu erwartenden „Kundenansturm“ ableiten.

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. Darin erscheinen alle Personen als „wandernde“, farbige Punkte. Die Laufwege der einzelnen Kunden werden sichtbar und unerwartete Menschenansammlungen lösen automatisch Alarm aus.

Gerade in Stoßzeiten bilden sich schnell lange Schlangen an den Kassen. Werden diese zu spät erkannt, reagieren Kunden oder Besucher verärgert. Mit dem People Counter können die Verantwortlichen frühzeitig reagieren.

Gebäudewartung

Die Wartung von Rolltreppen, Fahrstühlen oder Fußböden ist bisher mit hohen Personalkosten verbunden, wobei der tatsächliche Reinigungs- oder Wartungsbedarf nicht berücksichtigt werden kann. Der Einsatz des Vis-à-pix People Counters sorgt dafür, dass die Wartungsintervalle in Abhängigkeit vom tatsächlichen Bedarf z.B. nach Benutzung durch eine bestimmte Anzahl Besucher festgelegt werden können.

Geringe Investitionskosten

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

Über Vis-à-pix:

Vis-à-pix ist Spezialist für intelligente 3D-Videoanalyse. Im Gegensatz zu herkömmlichen 2D-Lösungen analysieren die Vis-à-pix-Produkte nicht allein Bilder, sondern Räume und Situationen. Dadurch haben Sicherheitsverantwortliche die Möglichkeit, in lockeren Menschenmengen einzelne Personen, deren Gehgeschwindigkeit und Laufwege, aber auch unerwünschte Vorgänge oder verdächtiges Verhalten, wie z.B. Graffiti, Verstöße gegen Zugangsvorschriften oder auch entstehende Warteschlangen zu erkennen.

Kern der 3D-Analyse sind miteinander vernetzte Videokameras, die in unterschiedlichen Winkeln auf dieselbe Situation „blicken“. Die Vis-à-pix-Software überträgt diese Einzelbilder in ein virtuelles 3D-Bild und analysiert das Geschehen. Mit dieser neuen Generation der Videoanalyse erreicht das Unternehmen gerade in Menschenmengen sowie bei schlechten Witterungs- oder Sichtverhältnissen eine bislang nicht bekannte Präzision. Darüber hinaus bietet Vis-à-pix als einziges Unternehmen weltweit die Möglichkeit, dass Personen und deren Laufwege als „wandernde“ farbige Punkte in einen Gesamtgrundriss eingeordnet werden.

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 dynamischen Markt mit großem Innovationspotenzial deutlich abhebt.

Kontakt:

Vis-à-pix GmbH
 Susanne Heidrich
 Hermannswerder Haus 17
 14473 Potsdam
 Tel.: +49 331 2300-900
 Fax: +49 331 2300-949
 E-Mail: heidrich@visapix.com
www.visapix.com

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