

# АНАЛИЗ МАРШРУТОВ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

# ПСИХОЛОГИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ. О ЧЕМ ОНА СКАЖЕТ КОМПАНИЯМ?

Розничные компании сегодня заботятся о многих факторах: дизайн и оформление магазина, мерчендайзинг и промо-акции, обучение продавцов и оптимальный график работы. Сосредоточиться на каждом из них отдельно - означает потерять много времени и ресурсов. Потребитель желает получить все и сразу, и ритейлерам нужно соответствовать.



Анализ распределения посетителей помогает понять, как люди взаимодействуют с разными элементами внутри магазина, которые их окружают. Как результат этого анализа, компания принимает аргументированные решения, основанные на динамике активности покупателей.

## 4 распространенные ошибки ритейлеров:

### 1. Предсказанные пики посещаемости -

Если когда-то субботний вечер и был самым загруженным за неделю, это не означает, что он остается таковым.

### 2. Устаревшая выкладка -

Невозможность адаптироваться к современным тенденциям скорее всего снизит привлекательность магазина.

### 3. Плохо оптимизированные акции -

Специальные предложения работают лучше, если они попадают в волну интереса и связаны с окружающими событиями.

### 4. Распределение сотрудников -

Управление персоналом играет огромную роль в преобразованиях продаж. К примеру нехватка персонала на кассах в час пик может привести к оттоку покупателей.

# MEGACOUNT. МАКСИМИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Сформируйте идеальную стратегию и дизайн для каждого магазина в соответствии с предпочтениями посетителей. Анализ путей перемещения и знание психологии покупателя прежде чем он заходит в магазин позволяет сформировать модели работы с разными типами клиентов.



## ОТСЛЕЖИВАНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

Анализируйте карту маршрутов по всем магазинам, это позволит понять, куда направляются и что покупают посетители.



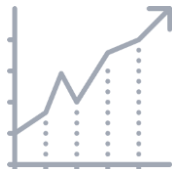
## ПОЛЬЗА ОТ ИЗМЕРЕНИЯ

Оцените время, проведенное посетителями в определенных зонах, это позволит понять успешность новинок и правильно разместить товар.



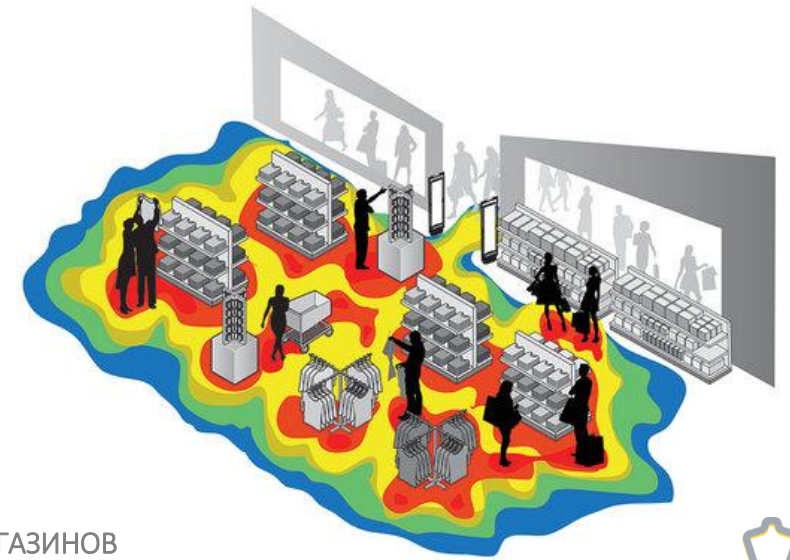
## УВЕЛИЧЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Меняйте ассортимент и размещение товаров, а также взаимодействуйте с посетителями через новые каналы и наблюдайте за их поведением.



## ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА

Увеличьте отдачу от маркетинговых кампаний, сравнивая результаты проведенных акций и каналы привлечения посетителей.



## УЛУЧШЕННЫЙ ДИЗАЙН МАГАЗИНОВ

Определите области интереса посетителей, чтобы с максимальной эффективностью разместить товар на витринах и настроить освещение.



## ИЗБАВЛЕНИЕ ОТ НЕИНТЕРЕСНЫХ ТОВАРОВ

Поймите, какие товары не продаются вне зависимости от того, в каком месте они выставлены, и уберите их с витрин, чтобы увеличить конверсию.



## УВЕЛИЧЕНИЕ КОНВЕРСИИ

Сосредоточьтесь на трафике рядом с магазинами и определите факторы, которые влияют на привлекательность ваших витрин.



## ОПТИМИЗАЦИЯ ПОПУЛЯРНЫХ ОБЛАСТЕЙ

После посещения каких областей посетители покидают магазин? Измените интерьер и увеличьте привлекательность, чтобы уменьшить отток.



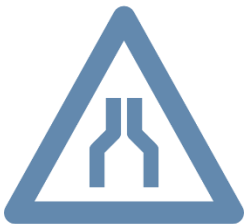
# MEGACOUNT. ФОКУС НА ПОСЕТИТЕЛЯ

Распознавание и сопровождение объектов в области видимости сенсора позволяет получить уникальную информацию о предпочтениях и потребностях каждого посетителя. Аналитики компании на основе детализированной статистики могут делать выводы об эффективности текущего дизайна и, регулируя выкладки и расположения товаров, отслеживать изменения в поведении посетителей и уровне конверсии.

## Особенности моделей поведения посетителей внутри магазинов:



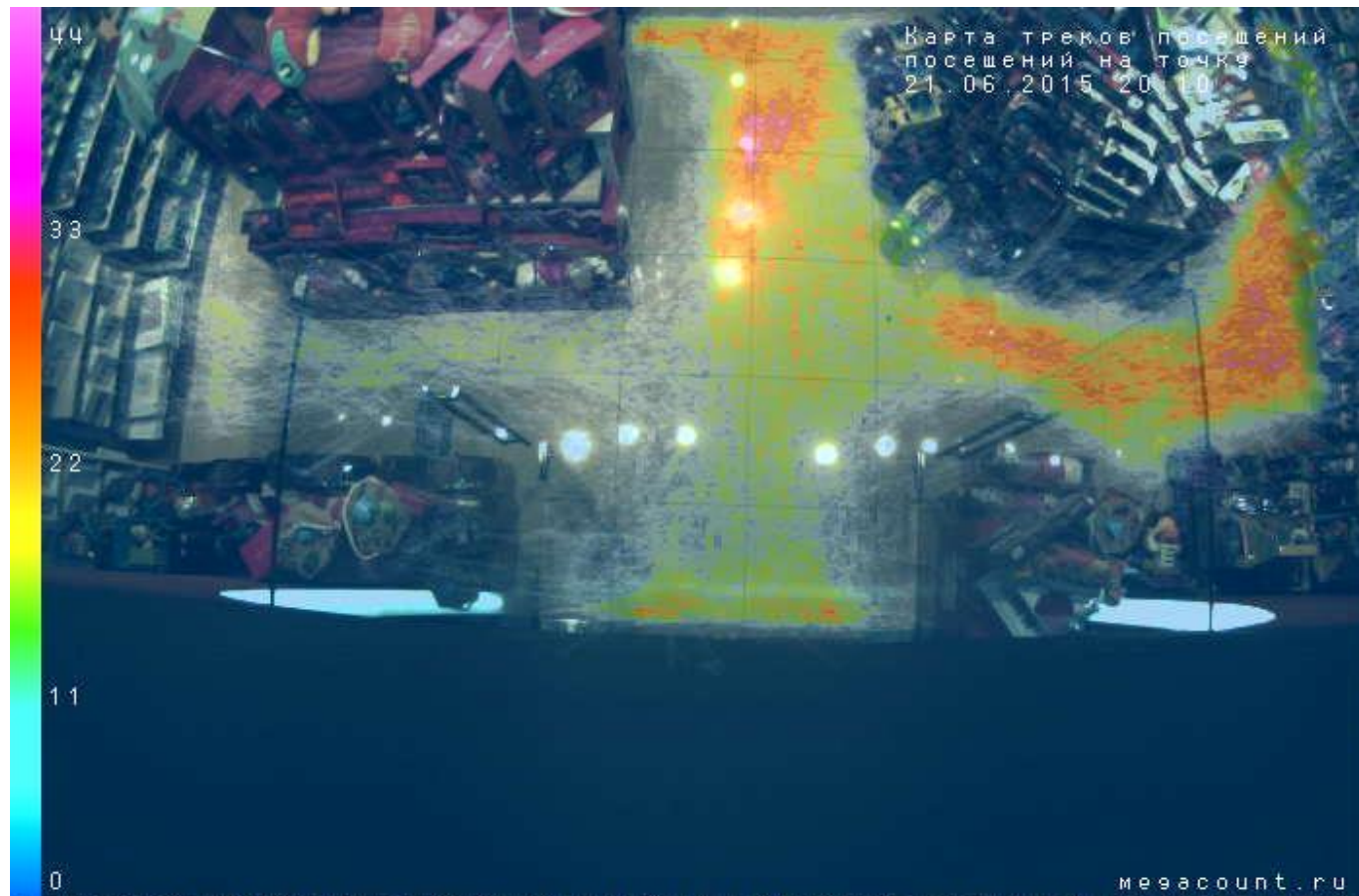
**1. 90% людей являются правшами** - при входе в магазин они с большей вероятностью повернут в правую сторону и начнут изучение предоставленного ассортимента, передвигаясь против часовой стрелки.



**2. Ширина проходов** - широкие проходы позволяют посетителям намеренно двигаться к желаемой группе товаров, в то время как узкие проходы стимулируют спонтанные покупки.



**3. Горячие и холодные зоны vs маркетинг** - промо-акции принесут большой результат, если их провести в горячей области, посещаемой большим количеством людей.

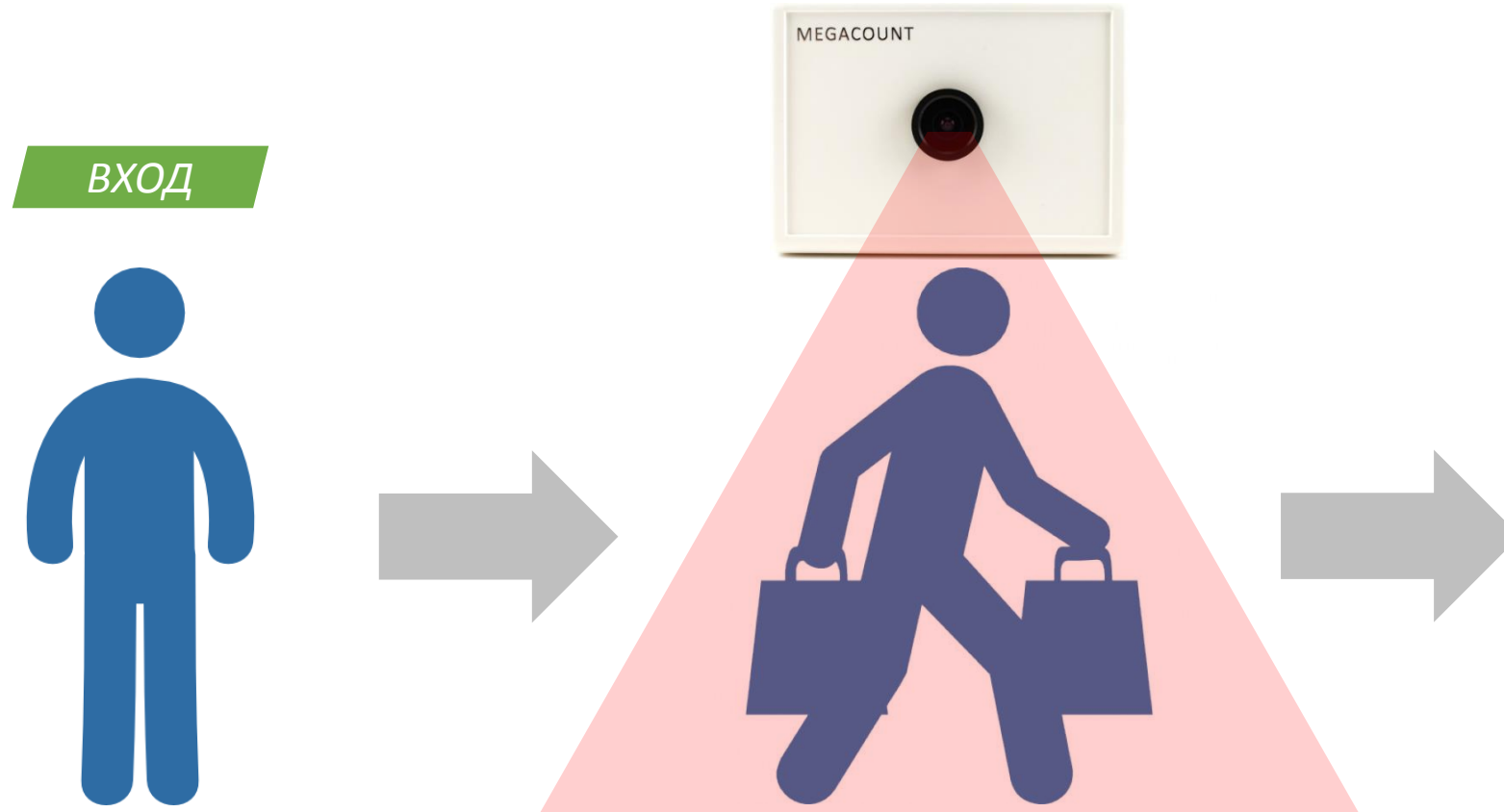


## ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТИ ВЕТЕРИНАРНЫХ ТОВАРОВ:

На основе трек карт выяснилось, что посетителей привлекают выставленные клетки с животными, которые располагались недалеко от входа, и большинство из них не проходит вглубь магазинов. Для увеличения времени, проведенного посетителями внутри магазина, и изменения их маршрутов компания приняла решение перенести животных в дальний отдел. В результате компания увеличила общий уровень конверсии на **8.5%**.

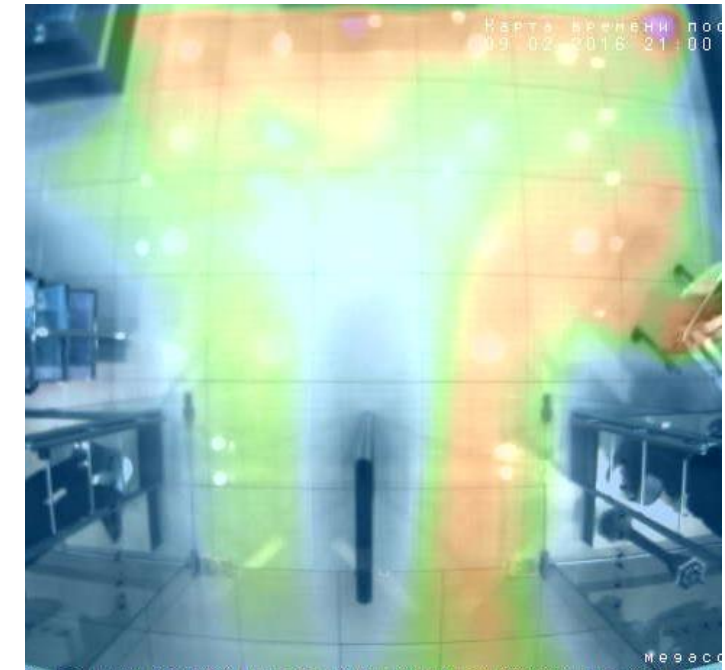
# MEGACOUNT. КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Для детализированного анализа распределения посетительских потоков инженерами MegaCount был разработан алгоритм распознавания и сопровождения уникальных посетителей с записью путей их перемещения и учетом времени, проведенного в ключевых областях.

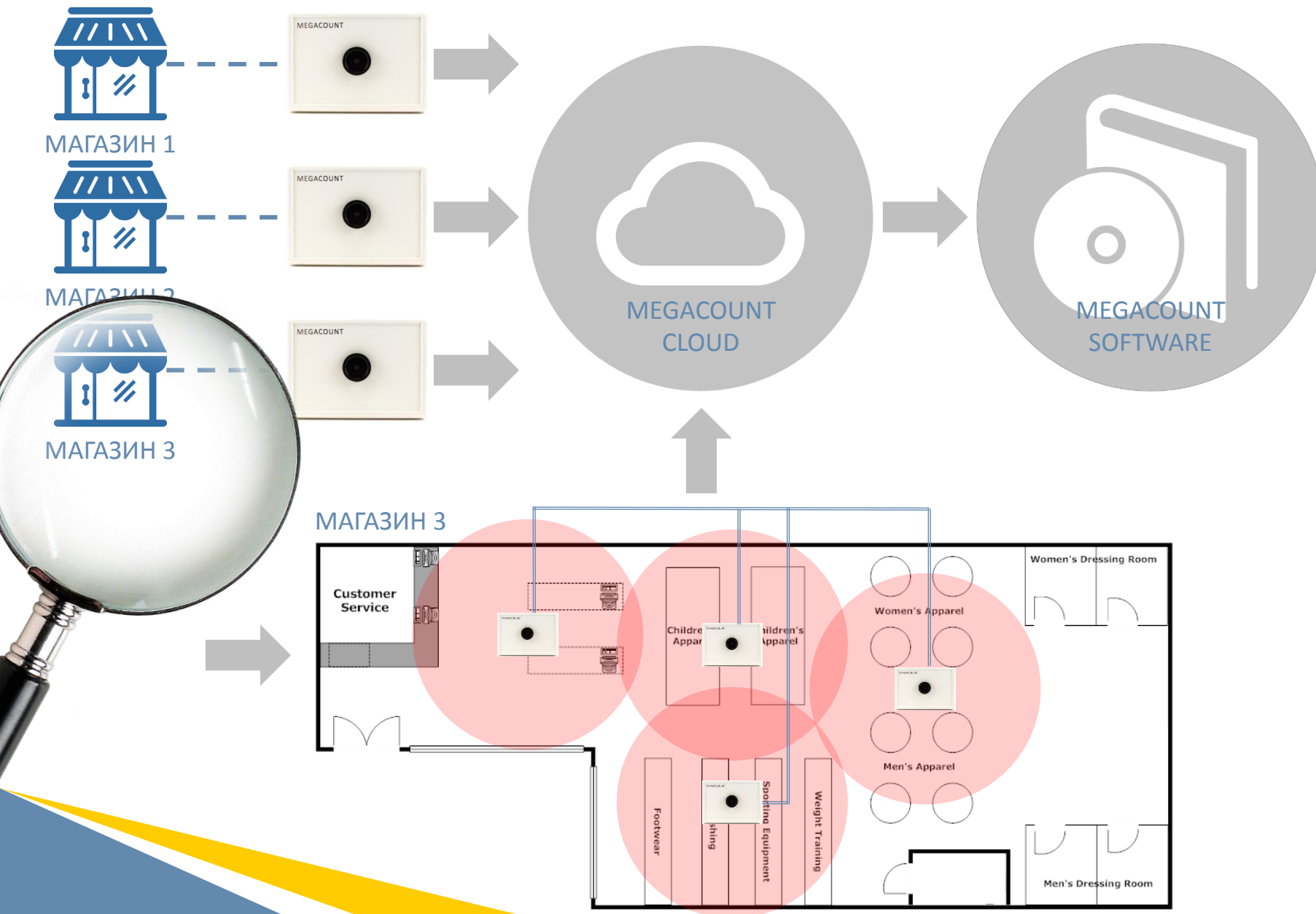


Точный алгоритм детекции в видеосчетчиках MegaCount с фиксацией **путей перемещения** посетителей позволяет получать детализированную информацию о распределении маршрутов внутри магазина, выявить ключевые области интереса, оценить эффективность выкладки и рекламных кампаний.

Каждый посетитель определяется счетчиком как **уникальный объект**, это позволяет отслеживать дневную статистику с высочайшей точностью и на ее основе принимать эффективные решения.



# MEGACOUNT. СТРУКТУРА СИСТЕМЫ



Инженеры MegaCount создали **комплексное решение** для детализированной аналитики распределения посетительских потоков и исследования психологии покупателей.

Система MegaCount на основе видео аналитики разработана с учетом задач сетевых ритейлеров и обладает возможностью **структурирования полученных данных**. Вне зависимости от количества подключенных счетчиков аналитики компании всегда могут просмотреть статистику интересующего их объекта и каждого счетчика в отдельности.

Высокая степень надежности системы и гарантия полноты данных обеспечивается за счет проверенного принципа передачи и хранения информации на сервере. После первичной настройки оборудования все процессы происходят в **автоматическом режиме**, что позволяет не отвлекаться от работы с данными.

Для обработки полученной со счетчиков информации на рабочих местах пользователей применяется **специальное программное обеспечение**, разработанное совместно с ведущими российскими и европейскими аналитическими и консалтинговыми агентствами.

Система работает в режиме реального времени, автоматически предоставляет обработанную информацию пользователю и в то же время осуществляет **непрерывный мониторинг состояния** всех устройств в сети. Видео аналитика MegaCount – это универсальный инструмент для розничных компаний и торговых центров.

# MEGACOUNT. ПРИМЕР АНАЛИТИКИ

Находясь в поисках инструмента для анализа посетительской активности компания, занимающая одну из лидирующих позиций на рынке кухонной мебели, обратилась к MegaCount. Проектными инженерами был подготовлен план установки видеосчетчиков посетителей.

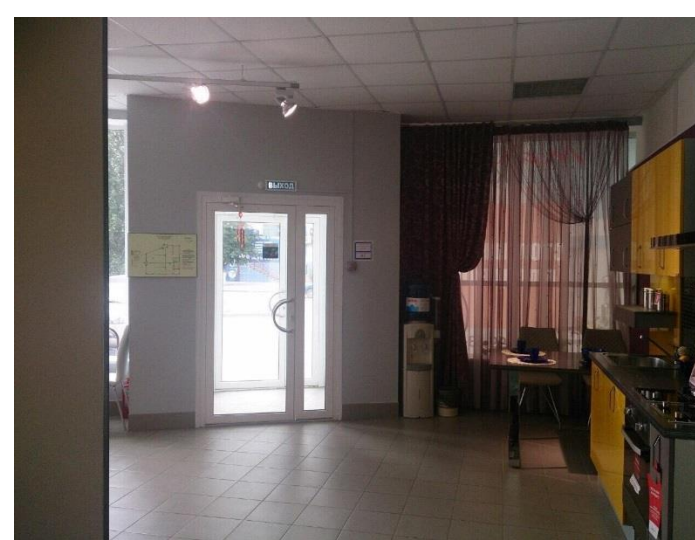
**Число салонов:** ~300

**Счетчиков в салоне:** 2-5

**Торговая площадь:**  
60-100 кв.м./салон

**Тип счетчиков:**  
VideoCount 3D ASSIS +  
Локатор

**Срок внедрения:**  
90 дней



**Заказчик:**  
Сеть салонов мебели

**Местоположение:**  
Россия

**Назначение:**  
распределение  
нагрузки, пиковые  
периоды, маркетинг

**Посещаемость:**  
~3 тыс. в месяц/салон

## ЗАДАЧА:

Анализ распределения посетительских потоков, выявление пиковых периодов, оценка нагрузки на менеджеров, проверка эффективности маркетинговых акций.

## РЕШЕНИЕ:

Видеосчетчик посетителей VideoCount 3D ASSIS: входные группы + ключевые области и рабочие зоны менеджеров.

## РЕЗУЛЬТАТ:

Установка системы подсчета посетителей на основе видео аналитики обеспечила российского ритейлера точными статистическими данными о ежедневном уровне нагрузки сотрудников, на основании чего была введена оценочная система KPI. Также с помощью новой для компании информации были исследованы различные типы рекламных кампаний для поиска оптимальной маркетинговой стратегии.

[info@megacount.ru](mailto:info@megacount.ru)

8-800-250-1005

8-917-800-1005

[www.megacount.ru](http://www.megacount.ru)

Добро пожаловать в клуб экспертов в сфере розничной аналитики

Интересные статьи в нашем блоге:



Точный подсчет посетителей – все, что вам нужно знать о нем



FAQ: Для чего нам использовать счетчики посетителей и другие вопросы



4 показателя, которые можно улучшить с помощью счетчиков посетителей



Как правильно использовать счетчики посетителей