



Umsatzsteigerungen im stationären Handel durch das Erfassen von Kundenverhalten



Ralph Siegfried
Business Development
Retail

Trends im Einzelhandel



Omni-Channel

Social Media



Kunden Intelligenz



Energie



Einkaufs-/ Produkt
Erlebnis

Omni-Channel

- Analyse von Kundenverhalten



- Umwandlungs-Rate

Einkaufen wird "Social"



Download from
Dreamstime.com

**Ihre Kunden wollen
Ihr Einkaufserlebnis
mit Freunden teilen!**



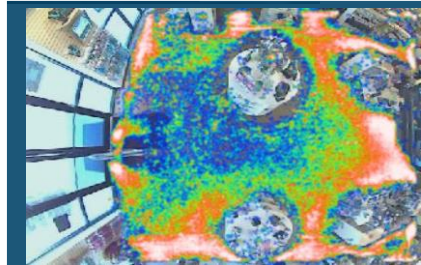
"Social Camera"

- > Verbinden Sie Ihr Smartphone mit einer Axis Kamera
- > Machen Sie ein digitales Foto von sich über die Axis Kamera auf Ihr Smartphone
- > Posten Sie das Foto aus der Applikation heraus in Soziale Netzwerk
- > Als Einzelhändler bekommen Sie zusätzliche Statistiken
- > Basis Version ist kostenlos

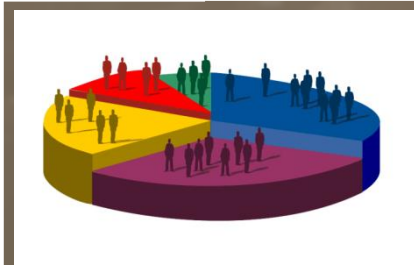
<http://www.youtube.com/watch?v=N1CairE3Ezk>



Kundenprofile und -verhalten ermitteln

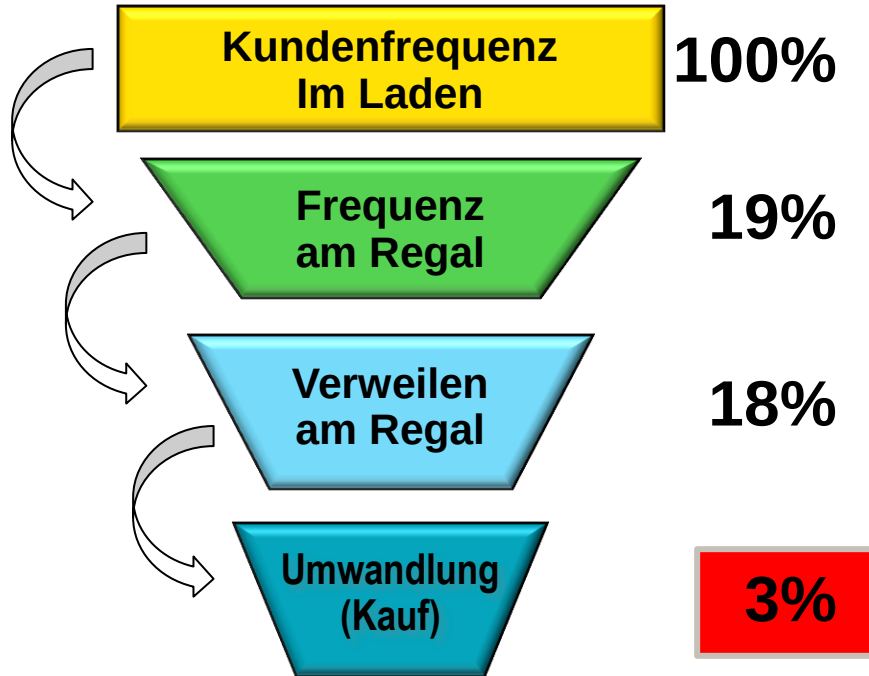


Wohin gehen und
wo stoppen sie ?



KPI
Dashboards

Umsatz Potentiale erkennen



Regal Effektivität ermitteln



**Gezielte Optimierung
der Warenpräsentation**

**Effektives Monitoring
vordefinierter KPI's**



**Verhältnis von
Verweilen zu Kauf**

Business Intelligence

	Design A	Design B
Kundenfrequenz im Laden	100%	100%
Regal Frequenz (% Gesamtfrequenz)	91%	87%
Verweilen (% Regal Frequenz)	11.8%	11.8%
Ø Verweildauer	13s	13s
Umwandlungsrate Verweilen zu Kauf	21.6%	30.2%
Ø Umsatz	\$2.72	\$2.85
Artikel pro Bon	1.4	1.7

Steigerung der Leistungsfähigkeit

Umsatzsteigerung durch kontinuierliches Training, Unterweisung und transparente Messung sowie einem Dashboard.

Umsatz

'08 920.000 Eur

'09 1.080.000 Eur

'10 1.250.000 Eur

'11 1.400.000 Eur

+52%

Soll	140,00 €	
Ist	205,60 €	
Gewichteter AU	168,00 €	

Frequenz gesamt:	12.654,00	
Frequenz kaufend	1.494,00	
prozentual	11,81 %	
Soll- Frequenzabschöpfung	0,00 %	

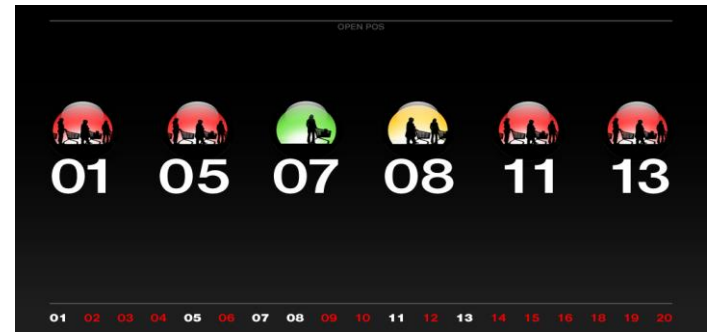
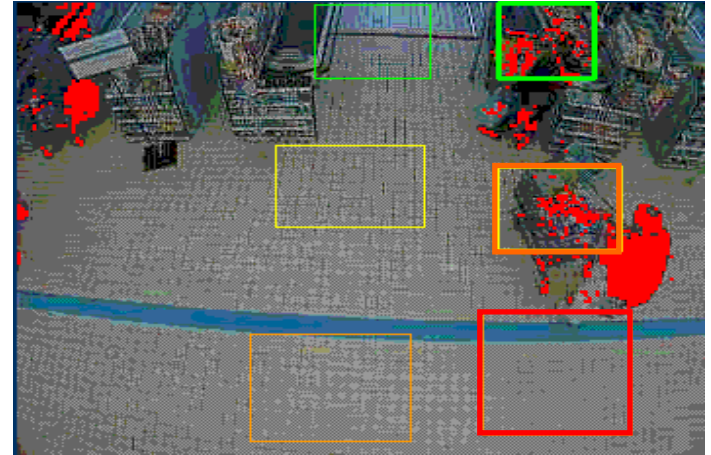
Selbstbedienung	2,19 %	
Gewichtung	10,00 %	

Mitarbeiter	prod. Std	Umsatz	AU Vorgabe	AU	Anz Kunden	Anz Teile	Anz Besucher	Abschöpfung	Teile/ Kunde	Kunden/ Stunde	kfd. Kunden %	
 1310	103,94	20.070,45 €	143,00 €	193,10 €	269	650	2.799	9,61 %	2,42	2,59	15,29 %	U
 1301	121,86	30.742,89 €	143,00 €	252,28 €	408	968	3.346	12,19 %	2,37	3,35	23,19 %	U
 1302	94,97	18.593,79 €	143,00 €	195,79 €	256	582	2.692	9,51 %	2,27	2,70	14,55 %	U
 1902 Reime	37,64	5.303,56 €	143,00 €	140,90 €	88	162	753	11,68 %	1,84	2,34	5,00 %	U
 1313	61,78	14.191,95 €	143,00 €	229,72 €	274	468	1.550	17,68 %	1,71	4,44	15,58 %	U
 1312 Schw	58,22	9.460,20 €	143,00 €	162,49 €	199	318	1.373	14,50 %	1,60	3,42	11,31 %	U
Σ	478,41	98.362,94 €	143,00 €	205,60 €	1.494	3.148	12.513	11,94 %	2,11	3,12	100%	

StreetOne, Hamburg

Verbesserung des Einkaufserlebnis

- > Unterstützung bei der Kassenbesetzung
- > Kundenzufriedenheit verbessern



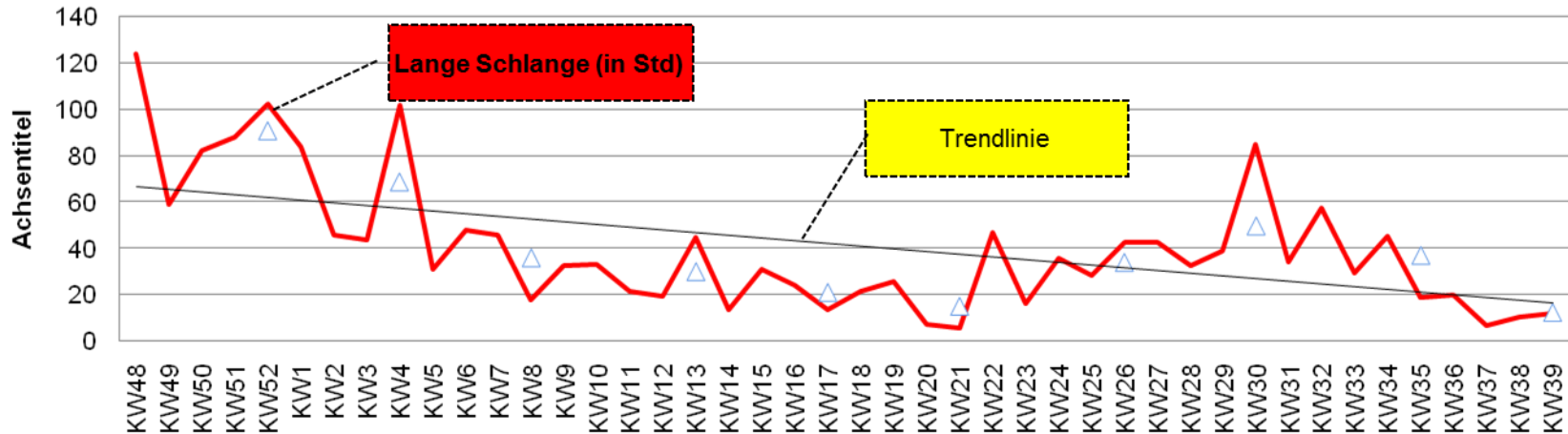
Verbesserung des Einkaufserlebnis

Warteschlangen mit 3 oder mehr Kunden

- Dezember 322 Std.
 - Mai 61 Std.
- 82%**

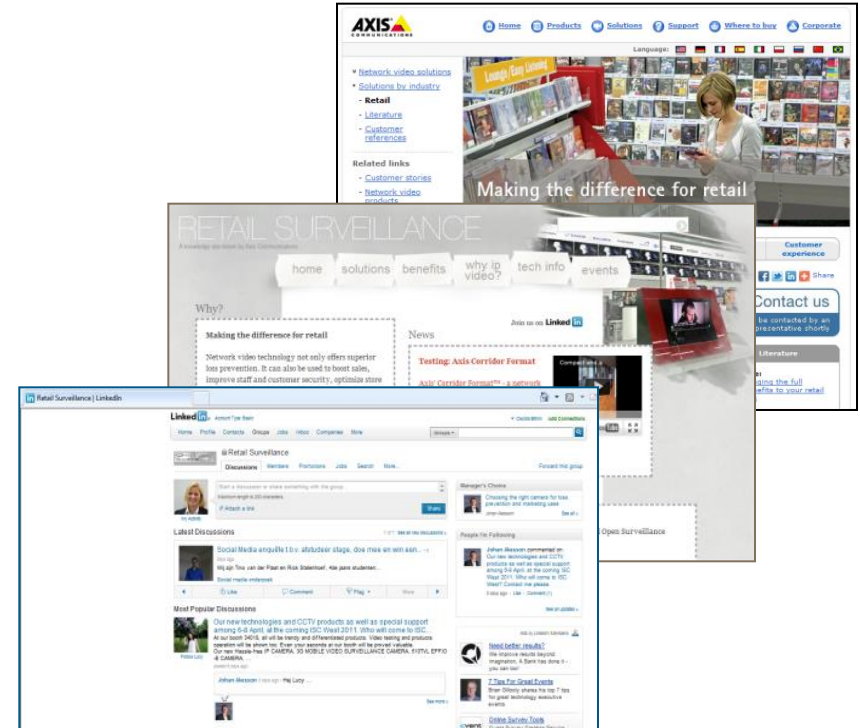
Hochsaison– selbe Anzahl von Kunden

- Weihnachten 102 Std.
 - Ostern 45 Std.
- 56%**



Axis Retail im Web

- > Dedizierte Retail webpage
 - www.axis.com/retail
- > Retail Wissensseite und Partner-Lösungen
 - www.retail-surveillance.com
- > Retail Surveillance group auf LinkedIn
 - www.linkedin.com/groups?gid=121809

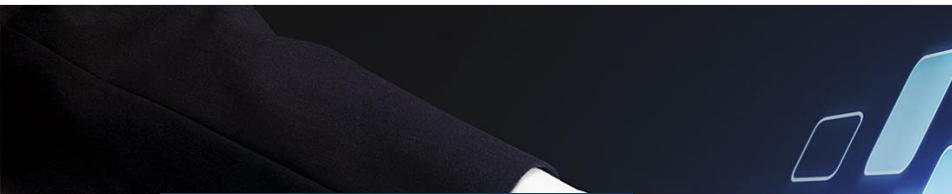


Axis Communications



Global Market Leader

1.500 Employees
Offices 40 Countries



US\$ 618M Revenue

Ralph Siegfried
+49-175 181 6546
Ralph.siegfried@axis.com



Get the Axis retail picture. Stay one step ahead.

