

Měření přitažlivosti prodejny Pietro Filipi

Výzva

- Pozorování pohybu kolemjdoucích před prodejnou v porovnání se vstupujícími návštěvníky do prodejny dokáže identifikovat nejen potenciál lokality, ale i přínos lokálních marketingových aktivit a akcí obchodního centra. Měření těchto akcí ukazuje typ aktivit, které jsou nejpřínosnější pro danou prodejnu.

Jak se mění návštěvnost prodejny během různých promočních aktivit obchodního centra?

Komerční projekt A přitáhl do okolí prodejny o 1/3 více zákazníků jako v průběhu běžných dní. Návštěvnost prodejny se zvýšila o více než polovinu. Projekt B sice přitáhl do okolí prodejny o 1/2 více lidí. Návštěvnost prodejny se však vůči standardu nezměnila.

Toto je klíčové zjištění pro plánování marketingových aktivit a podporu prodeje.

Řešení

Klient prověřil vlivy promočních aktivit na transakční data. Následně zahrnul do marketingového plánu analýzu vnějšího prostředí a akcí realizovaných v objektu mimo prodejní prostor.



Benefity

- Zlepšení výnosu/ tržby na vybraných prodejních
- Lepší využití zákaznického potenciálu a růst loajality
- Lepší využití potenciálu lokality prodejny
- Analýza demografické struktury návštěvníků

“Zjištěním potenciálu promocních aktivit mimo prodejní plochu
piináší nový prostor na zlepšení výkonu prodejny.“

Tibor Tabery
Retail analytik, Pygmalios

Testimoniál

“Pygmalios aktivně využíváme při přípravě nového designu prodejen
a pro jejich lepší řízení. Meziročně sa nám podařilo zvýšit obrat
na těchto provozovnách o více jak 10 %.

Robert Vojáček
CEO

Pietro Filipi využil potenciál opakovaných návštěv

Výzva

- V segmentu fashion je důležitá zejména druhá návštěva zákazníka, kdy se uskuteční velká část nákupních rozhodnutí. Při první návštěvě zákazník často jen zjišťuje nabídku a seznamuje se s vystaveným zbožím.

Pozorovat trend opakované druhé návštěvy dává operátorovi ve fashion silnou konkurenční výhodu.

Proč sa zákazníci do obchodu nevracejí?

Prodejna A s ne příliš vysokým podílem opakovaných návštěv – přes 4 % má 3x vyšší počet vracejících se návštěvníků, než prodejna B.

Sledování podílu opakovaných návštěv odkryl silnou příležitost pro druhou prodejnu.

Řešení

Zjištění bylo prezentováno klientovi. Klient ihned porozuměl faktům a zkontroloval realitu dle transakčních dat. Po zjištění důvodu klesajících výnosů druhé prodejny nastavil silné nástroje na podporu prodeje a získání opakované loajální návštěvy.

Benefity

- Zlepšení výnosu/ tržby prodejen
- Přesné vyhodnocení marketingových kampaní
- Lepší management studených a teplých zón prodejny
- Analýza demografické struktury zákazníků

“Porovnáním prodejen v Pygmalios Analytics jsme odhalili skrytý potenciál druhé prodejny na zvýšení tržeb.”

Tibor Tabery
Retail analytik, Pygmalios

Testimoniál

Pygmalios aktivně využíváme při přípravě nového designu prodejen a jejich lepším řízení. Meziročně se nám podařilo na těchto provozovnách zvýšit obrat o více jak 10 %.

Robert Vojáček
CEO