



# STOR**IA**

SOLUZIONI SMART RETAIL

# Cambiamo prospettiva

Perché limitare l'analisi della propria clientela ad un piccolo campione, più o meno rappresentativo, quando si può conoscerla in modo completo?

Studiare il comportamento di ogni acquirente in azione non è forse il miglior modo per massimizzare il suo potenziale e fidelizzarlo con un livello di servizio fuori dal comune?

La nostra **Stor.IA** nasce da queste domande.







# **Stor.IA è una soluzione di intelligenza artificiale per il settore retail**

**Con Stor.IA si apre un capitolo nuovo nel marketing del punto vendita: ora è possibile studiare il comportamento naturale dei clienti all'interno dello store, senza condizionamenti e nell'esatto momento in cui stanno vivendo la loro esperienza di acquisto.**

**Con notevoli implicazioni per il retail marketing.**



## Comportamento



## Dati demografici



## Interazione

**La soluzione Stor.IA è scalabile e si compone di elementi interconnessi per fornire un set di informazioni uniche nel mercato per:**

**01**

**Studiare il comportamento dei clienti nel punto vendita, quali percorsi seguono una volta entrati, da cosa sono maggiormente attratti, cosa effettivamente acquistano e cosa invece lasciano sullo scaffale per un prezzo forse inadeguato.**

**02**

**Conoscere la composizione demografica dei clienti ed i relativi acquisti, grazie alla possibilità di integrazione con i POS.**

**03**

**Proporre automaticamente ed in tempo reale a ciascun cliente il miglior prodotto sulla base del suo profilo personale (età e genere).\***

**Da questo patrimonio di informazioni si potranno trarre molteplici valutazioni strategiche di marketing e intravedere opportunità di business mai immaginate prima.**

**Gli spazi espositivi stessi assumeranno un ruolo nuovo nel rapporto con i fornitori, divenendo un vero e proprio banco di prova dei prodotti, con risultati oggettivi e misurabili.**

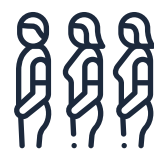
\*La soluzione di I.A. non salva immagini né dati biometrici, ma solo dati statistici completamente anonimi; pertanto non sono richiesti adeguamenti né integrazioni alla Privacy Policy e al trattamento dei dati in base al GDPR 2016/679.





# Un ecosistema di tecnologie e dispositivi intelligenti

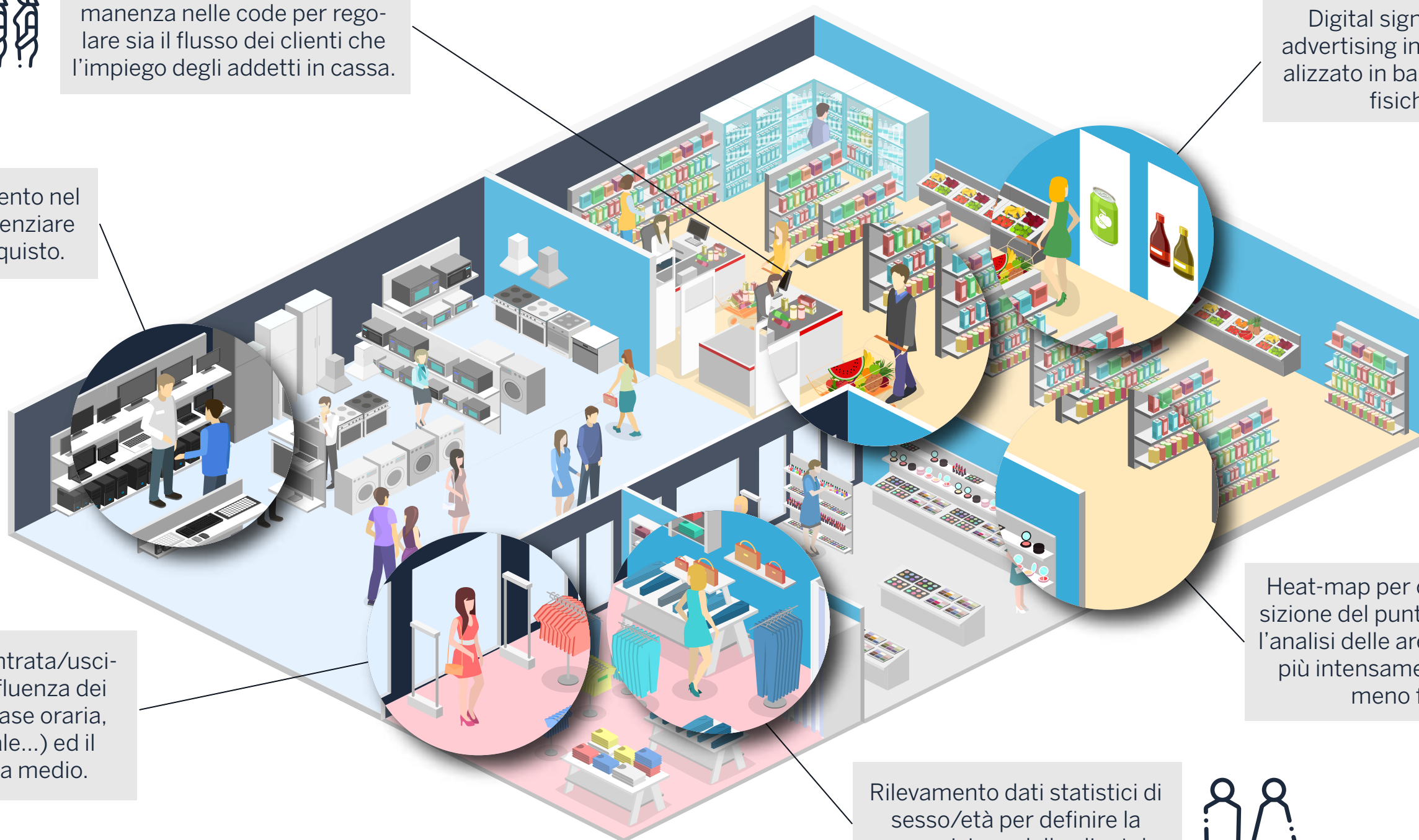
**Stor.IA si compone di tecnologie e dispositivi intelligenti che interagiscono tra loro, generando una visione integrata dei dati raccolti per il controllo, l'analisi e l'engagement dei clienti.**



Rilevamento dei tempi di permanenza nelle code per regolare sia il flusso dei clienti che l'impiego degli addetti in cassa.



Analisi del comportamento nel punto vendita per evidenziare stili ed abitudini di acquisto.



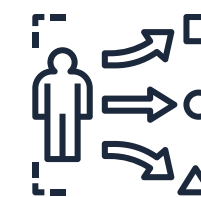
Digital signage con sistema di advertising in tempo reale, personalizzato in base alle caratteristiche fisiche del cliente.



Conteggio persone in entrata/uscita per determinare l'affluenza dei clienti nello store (su base oraria, giornaliera, settimanale...) ed il tempo di permanenza medio.



Heat-map per ottimizzare la disposizione del punto vendita, attraverso l'analisi delle aree dello store visitate più intensamente e quelle invece meno frequentate.



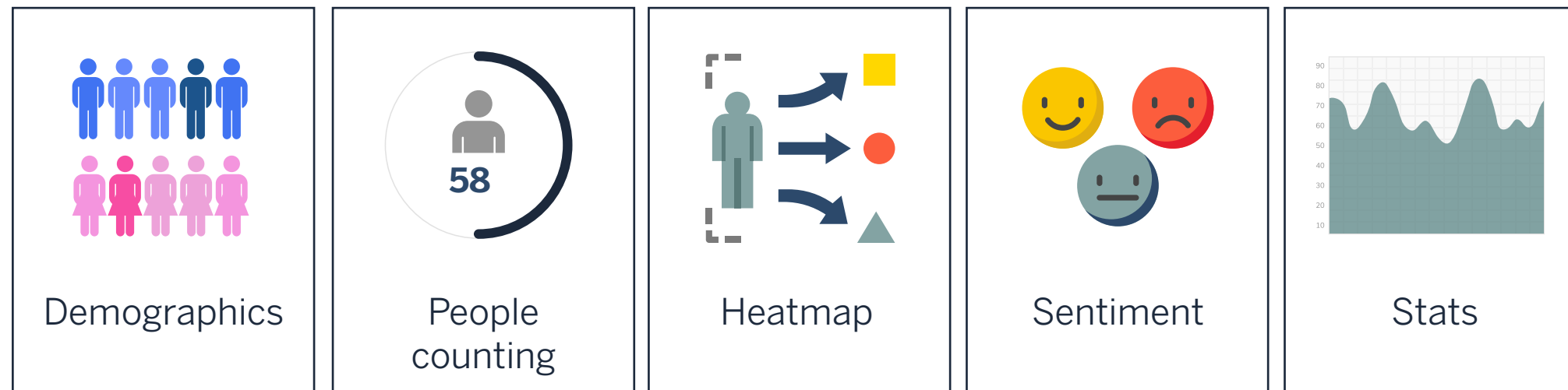
Rilevamento dati statistici di sesso/età per definire la composizione della clientela.



**Disporre di informazioni sul comportamento dei clienti ha vantaggi diretti sia per il marketing che per il resto dell'Azienda. Stor.IA consente di massimizzare il fatturato del punto vendita, ottimizzare l'impiego di personale e razionalizzare la presenza di prodotti sugli scaffali.**

**Stor.IA riparte dall'origine della conoscenza dei clienti e consente di ripensare la relazione commerciale alla luce delle nuove informazioni disponibili:**

- ✓ **Conoscere i comportamenti, la composizione demografica (sesso ed età stimati) e l'esperienza di visita del cliente**
- ✓ **Adeguare il layout del punto vendita, la disposizione dei prodotti a scaffale e il livello di servizio, sia nei vari reparti che in cassa**
- ✓ **Organizzare la comunicazione su Digital Signage con un palinsesto o in base all'aspetto del cliente**
- ✓ **Ottenere un sistema completo di videosorveglianza con AI**





**Stor.IA compie un ulteriore passo verso la personalizzazione del servizio, consentendo di:**

- ✓ **Approfondire la relazione tra composizione demografica e articoli acquistati**
- ✓ **Razionalizzare la composizione degli addetti nel negozio ed automatizzare la gestione del visual merchandising**
- ✓ **Suggerire i prodotti giusti ai clienti giusti, grazie alla promozione intelligente su digital signage in base alle caratteristiche demografiche**
- ✓ **Aumentare la redditività dello store, massimizzando attrattività, tassi di conversione e valore medio degli scontrini**



**Promozione automatica intelligente**



# **Analytics per ottimizzare le attività del punto vendita**

**A partire dalla rilevazione dei dati reali, STOR.IA aiuta gli addetti ai lavori ad orientare l'operatività quotidiana, per allineare gradualmente l'andamento del punto vendita agli obiettivi commerciali e marketing di lungo periodo.**

**Conoscere la numerica dei clienti in entrata ed il tempo di permanenza medio nel punto vendita, seguirne i movimenti durante la visita, capire quali aree sono maggiormente frequentate, fino a scendere nel dettaglio di quali categorie di prodotto sono più interessanti per determinate classi di clienti: questo prezioso set di dati è ora a disposizione degli addetti ai lavori attraverso report dettagliati e di immediata interpretazione.**

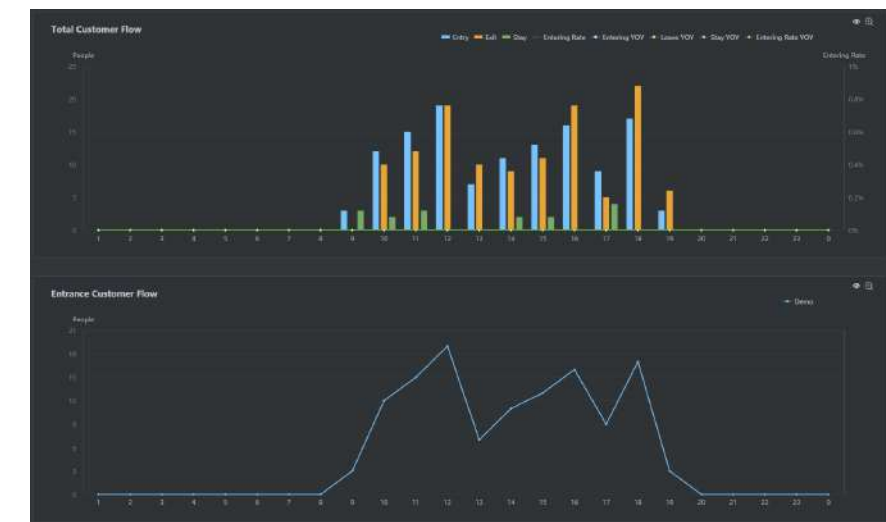
**La lettura regolare di queste informazioni è la chiave per orientare in concreto le decisioni operative nella gestione del punto vendita.**

# Ingresso-permanenza-uscita

Con la verifica dell'afflusso giornaliero e orario dei clienti è possibile rilevare scostamenti rispetto all'andamento delle visite, misurare l'impatto di eventi esterni o interni e definire trend legati alla stagionalità.

Di fronte ad un calo delle visite, si indagano le cause analizzando le promozioni dal punto di vista dell'efficacia della comunicazione e della scelta dei prodotti coinvolti; si riconvertono i momenti di flessione con nuove promozioni mirate a tempo.

In presenza di picchi attesi di visite, l'opportunità di massimizzare le vendite è rappresentata da iniziative programmate di up-selling e cross-selling, insieme all'adeguamento dello stock per punto vendita e alla gestione delle presenze degli addetti.

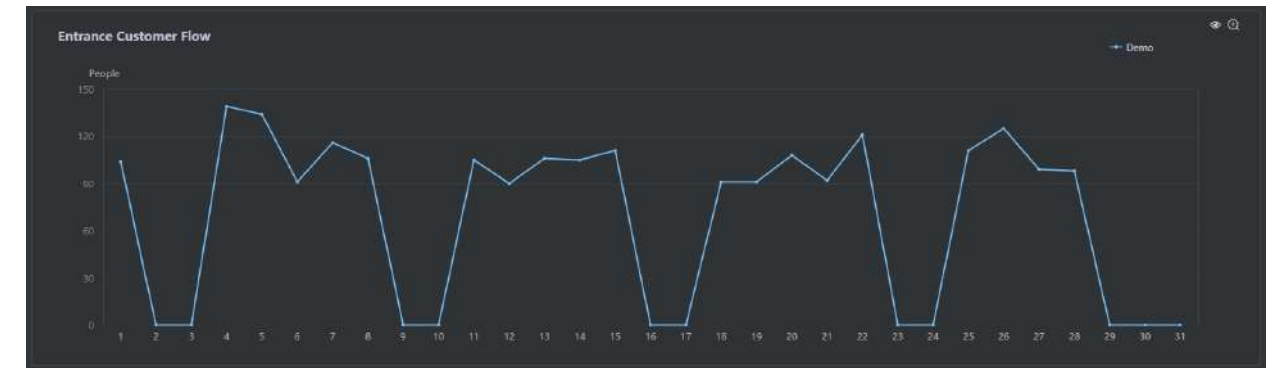




# Tasso di conversione

Dal rapporto tra la quantità di scontrini emessi e la numerica dei clienti entrati nel punto vendita in uno stesso arco temporale, emergono indicazioni e suggerimenti operativi per ottimizzare le attività commerciali e marketing.

Un tasso di conversione sotto le aspettative spinge ad indagarne le cause e mettere in moto azioni correttive, come: risintonizzare una comunicazione poco efficace, variare l'assortimento e la disposizione dei prodotti in vendita, oppure concentrare l'attenzione dei clienti con promozioni in-store.



Name	Time	Entry People	Exit People	Stay People
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-24	0	0	0
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-25	111	107	4
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-26	125	123	2
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-27	99	100	0
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-28	98	92	6
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-29	0	0	0
People Counting, Fisheye 1, Fisheye 2	2021-10-30	0	0	0

Giorno	Entry people	Scontrini	Conversione %
2021-10-24	0	0	0%
2021-10-25	111	95	86%
2021-10-26	125	101	81%
2021-10-27	99	90	91%
2021-10-28	98	78	80%
2021-10-29	0	0	0%
2021-10-30	0	0	0%

# Passaggio e permanenza in un'area

L'analisi del percorso seguito dai clienti all'interno del punto vendita e del tempo dedicato ad ogni area apre uno scenario di valutazioni nuove per riorganizzare lo store in termini di visual merchandising, offerte promozionali, varietà e profondità di gamma.

Le aree a maggior visibilità nel punto vendita possono essere impiegate come reale banco di prova per il lancio di nuovi prodotti. Questa opportunità apre a nuove forme di collaborazione con i fornitori, ai quali si potranno restituire dati preziosi sulla percezione dei prodotti da parte di classi di clienti che hanno visitato uno specifico corner espositivo.



# Conteggio clienti per specifica area

Il percorso dei clienti nel punto vendita può essere verificato dettagliatamente, attraverso i conteggi delle visite per aree molto specifiche, come le singole corsie.

Si tratta di dati che riflettono preziosi elementi comportamentali e descrivono il potenziale interesse dei clienti rispetto a determinate tipologie di prodotto, sia in ottica puntuale (su base oraria e giornaliera) sia dal punto di vista della stagionalità.







IOT

---

TECNOLOGIE

06 92 95 86 69

[info@iottecnologie.it](mailto:info@iottecnologie.it)

[www.iottecnologie.it](http://www.iottecnologie.it)

LA RIVOLUZIONE DELLA RETAIL INTELLIGENCE