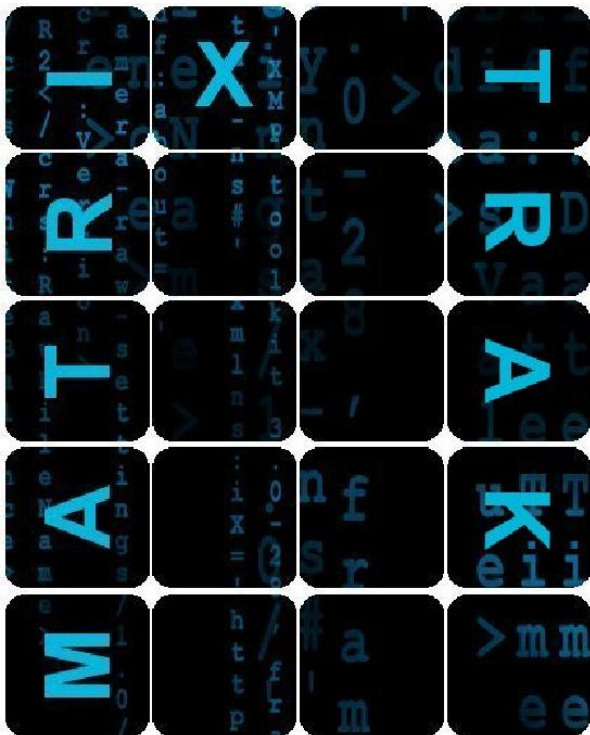


MATRIX Trak

Sistema di analisi comportamentale degli utenti
Documentazione commerciale



Matrix Trak è un sistema studiato per le catene di negozi e la grande distribuzione e permette di tracciare gli spostamenti ed i comportamenti dei visitatori in un negozio o in un centro commerciale.

Gli obiettivi

Matrix Trak, analizzando il comportamento dei visitatori, ha lo scopo di aumentare la produttività e l'efficienza dei punti vendita ed in particolare di:

- Ridurre i costi operativi analizzando l'effetto dell'efficienza del personale sul fatturato aziendale.
- Comprendere meglio come gli allestimenti dei negozi incidono sulle vendite.
- Prendere decisioni operative che aumentino i profitti.
- Aumentare il grado di soddisfazione dei clienti osservandone il comportamento in negozio.
- Determinare il grado di interesse della clientela, misurando i tempi di transito e di sosta per vetrina, *display* e prodotto.
- Migliorare le politiche di riassortimento in base al grado di interesse rilevato.
- Misurare il Rapporto di Conversione per migliorare l'efficienza dei negozi.
-

$$\text{RapportoConversione} = \frac{\text{NumeroDiVendite}}{\text{NumeroDiVisitatori}}$$

La tecnologia

Matrix Trak è composto da una rete di telecamere che coprono tutte le aree di passaggio dei visitatori o di interesse per le analisi statistiche.

Le telecamere sono collegate ad unità di elaborazione che ricevono le immagini e ne ricavano le informazioni statistiche.

Un sofisticato algoritmo di analisi è in grado di individuare i singoli visitatori che transitano per le aree inquadrare dalle telecamere e di registrarne i percorsi con i tempi/traiettorie di cammino e di sosta.

I risultati delle elaborazioni, sono memorizzati in una base dati e possono essere visualizzati su una o più console.

L'innovazione

A differenza dei tradizionali sistemi di conteggio dei visitatori che si limitano a rilevare gli ingressi e le uscite dei visitatori, **Matrix Trak** consente un'analisi qualitativa di comportamento dei visitatori anche all'interno del punto vendita o del centro commerciale.

L'area inquadrata da ogni telecamera può essere suddivisa in più sottozone di interesse, corrispondenti, ad esempio, alle categorie merceologiche esposte; in questo modo è possibile condurre analisi più precise sul comportamento dei consumatori.

LOGITAL

LOGITAL S.p.A – Sede legale: Via Palazzetti, 5/f
40068 San Lazzaro (Bologna) - Italy
Tel. +39 051 19983700 Fax. +39 051 19983711 – web: www.logital.it
Cap. soc. € 193.334,00 i.v. - C.F. - P.I. - R.I. Bologna 03947730374 R.E.A. BO 327901

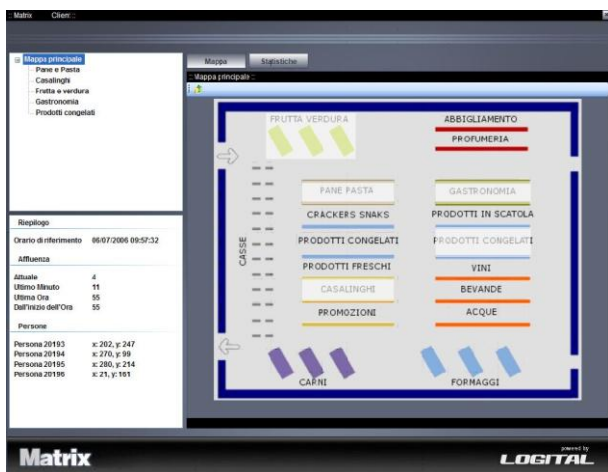
MATRIX Track

Sistema di analisi comportamentale degli utenti
Documentazione commerciale

Quando si cambia il *layout* del negozio e le posizioni delle categorie merceologiche, **Matrix Trak** consente di reimpostare ogni volta il sistema e quindi di tenere traccia degli spostamenti, per valutarne le differenze d'impatto sull'interesse della clientela.

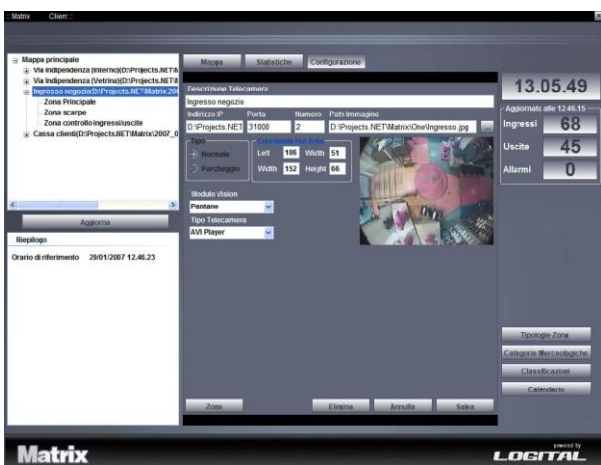
Il risultato

Con **Matrix Trak** è possibile sapere continuamente **ed in tempo reale** come sono distribuiti i clienti all'interno del punto vendita o davanti alla vetrina e come si stanno muovendo. Interrogando i dati storici, è inoltre possibile condurre analisi statistiche sui flussi dei visitatori nel tempo.



...nel rispetto della *privacy*

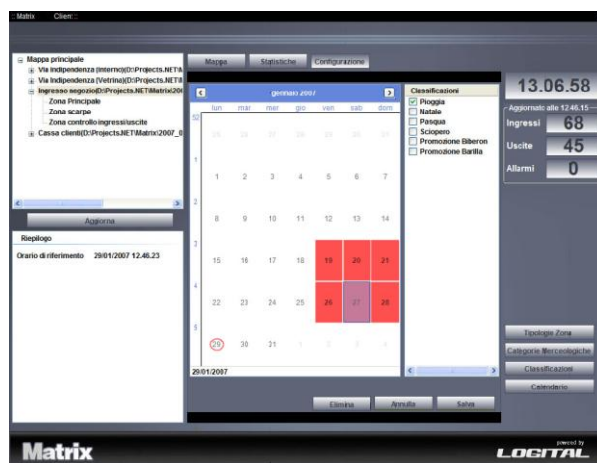
Matrix Trak opera nel **rispetto della privacy** dei clienti e degli operatori.



Le immagini riprese dalle telecamere, sono elaborate automaticamente dal sistema e non possono essere in alcun modo registrate. Le tracce contenute nel database di **Matrix Trak** non consentono quindi di risalire all'identità delle persone che le hanno generate.

... e senza **Matrix Trak**?

- Il personale del negozio non ha il tempo di analizzare in modo accurato l'efficienza del punto vendita.
- Il numero di vendite effettuate, da solo non è un indice accurato della frequenza di visite nel negozio.
- A volte, all'aumentare delle visite calano le vendite. Perché?
- A volte, al calare delle visite aumentano le vendite. Perché?



Le analisi *on line*

Le analisi eseguite da **Matrix Trak** sulle immagini provenienti in diretta dalle telecamere sono:

- Percorso seguito da un cliente nelle zone inquadrare
- Tempi medi per l'attraversamento delle zone
- Numero di clienti presenti per intervallo di tempo in una o più zone
- Tempi di sosta di ciascun cliente in una o più zone
- Presenza di code

Le statistiche

Dalle analisi storiche eseguite sui dati registrati, **Matrix Trak** consente di ottenere le seguenti statistiche:

LOGITAL

LOGITAL S.p.A – Sede legale: Via Palazzetti, 5/f
40068 San Lazzaro (Bologna) - Italy
Tel. +39 051 19983700 Fax. +39 051 19983711 – web: www.logital.it
Cap. soc. € 193.334,00 i.v. - C.F. - P.I. - R.I. Bologna 03947730374 R.E.A. BO 327901

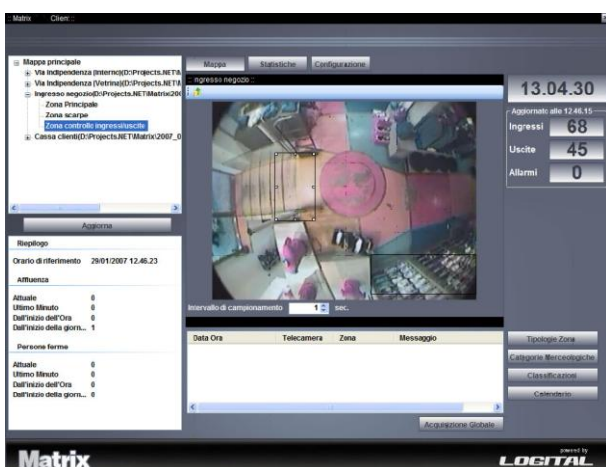
MATRIX Track

Sistema di analisi comportamentale degli utenti
Documentazione commerciale

- Andamento nel tempo del numero di visitatori in un dato settore o corsia
- Andamento delle presenze per fascia oraria o giorno della settimana
- Variazione di lunghezza delle code alle casse
- Densità media di visitatori per settore o corsia
- Variazione delle visite di un settore in un intervallo specifico di tempo rispetto al valore medio (per valutare ad esempio lo spostamento o il lancio di un prodotto)



Matrix Trak inoltre consente di tenere una traccia dei cambiamenti di layout del negozio, questo rende possibile l'esecuzione di analisi storiche tracciando anche gli spostamenti dei prodotti nel tempo.



MatrixTrak in rete geografica

Matrix Trak può essere configurato per gestire in modo centralizzato una rete geografica di negozi. In ogni punto vendita sono poste le telecamere ed i dispositivi di tracciamento dei visitatori. Questi dispositivi trasmettono periodicamente i dati ad un server centrale, dal quale si possono confrontare i dati e le statistiche di tutta la rete vendita.

Matrix Trak come supporto decisionale

- Per un'accurata pianificazione dei turni del personale.
- Per identificare l'andamento orario e giornaliero delle presenze.
- Per poter fronteggiare in tempo future situazioni favorevoli o critiche.
- Per pianificare efficacemente le campagne promozionali e pubblicitarie.
- Per ottimizzare il layout dei nuovi negozi.
- Per migliorare le strategie di visual merchandising.
- Per gestire in modo efficiente le scorte di magazzino.
- Per variare l'assortimento secondo il gradimento dei clienti.

Ad esempio, per valutare l'efficacia di una campagna pubblicitaria, basta combinare i dati in tempo reale con quelli storici relativi al settore dove è in atto la campagna, per ottenere le variazioni di visitatori nel settore, rispetto ai periodi che precedono il lancio della campagna.



LOGITAL

LOGITAL S.p.A - Sede legale: Via Palazzetti, 5/f
40068 San Lazzaro (Bologna) - Italy
Tel. +39 051 19983700 Fax. +39 051 19983711 - web: www.logital.it
Cap. soc. € 193.334,00 i.v. - C.F. - P.I. - R.I. Bologna 03947730374 R.E.A. BO 327901

MATRIX Trak

Sistema di analisi comportamentale degli utenti
Documentazione commerciale

Gli allarmi

Matrix Trak consente anche di essere configurato per segnalare il verificarsi di particolari condizioni di interesse o di allarme:

- Aumento del numero di clienti in coda ad una cassa, oltre una certa soglia
- Persona ferma per troppo tempo
- Zona con eccessiva densità di clienti o di rallentamento eccessivo e ripetuto (ingorgo, ressa,...)
- Persona in transito o ferma in una zona sospetta (es.: uscita di emergenza, entrata zona magazzino,...)
- Presenza di movimento in orario di chiusura del punto vendita o nel centro commerciale.

Matrix Trak Parking per i parcheggi

Matrix Trak Parking, permette di tracciare ulteriormente il comportamento dei consumatori analizzando i flussi veicolari nei parcheggi di un centro commerciale.

Disponendo per ogni ingresso ed uscita del parcheggio una telecamera in grado di riconoscere la targa degli autoveicoli, sono registrati tutti i passaggi di ogni singolo veicolo e quindi per ogni consumatore che raggiunge il centro commerciale in automobile è possibile sapere:

- Frequenza media delle visite
- Distribuzione delle visite per giorno della settimana o periodo del mese
- Durata media delle visite
- Classificazione delle visite fra clienti abituali ed occasionali.
- Classificazione dei visitatori per provincia di appartenenza
- Distribuzione nel tempo delle visite di clienti occasionali ed abituali

Per non violare la legge sulla privacy, le telecamere non memorizzano né consentono la visione delle immagini; inoltre, il numero di targa degli autoveicoli è trasformato dalle telecamere stesse in un codice univoco per targa ma che ne impedisce l'identificazione.

Solo su autorizzazione dell'interessato, **Matrix Trak** consente di registrare il vero numero di targa, in questo modo si può:

- Tracciare le abitudini dei clienti come complemento alla fidelity card.
- Ricevere una segnalazione di allarme al passaggio di determinati veicoli.

Matrix Trak Interview per intervistare i visitatori

Matrix Trak Interview è un prezioso strumento di aiuto al marketing, integrato nel sistema.

Si compone di un monitor con touch screen e di un lettore per codici a barre

Il lettore può essere posizionato all'ingresso delle cabine di prova; passando l'etichetta dei capi in prova, i riferimenti sono inseriti nel database di **Matrix Trak**.

All'interno della cabina o delle aree di prova, è installato un monitor con touch screen attraverso il quale sono formulate al cliente le domande.

Le risposte, in forma anonima, sono registrate nel database di **Matrix Trak**.

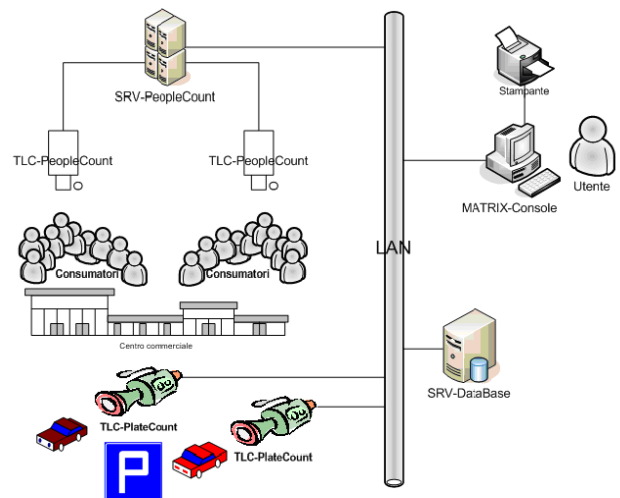
Completa il sistema una stampante, integrata con il monitor, che permette di rilasciare uno scontrino al termine dell'intervista.

Lo scontrino consente di attestare la partecipazione all'intervista ed associarvi quindi una forma di incentivo (buono sconto o per il ritiro di un gadget).

Matrix Trak è una suite integrata

Matrix Trak e le sue estensioni **Parking** ed **Interview**, sono perfettamente integrati fra loro, tutti i dati provenienti dai tre sistemi sono registrati in un database comune.

Le statistiche beneficiano quindi di tutti i dati resi disponibili dai tre sistemi e di eventuali dati esterni importati (per esempio i dati sul venduto).



LOGITAL

LOGITAL S.p.A – Sede legale: Via Palazzetti, 5/f
40068 San Lazzaro (Bologna) - Italy
Tel. +39 051 19983700 Fax. +39 051 19983711 – web: www.logital.it
Cap. soc. € 193.334,00 i.v. - C.F. - P.I. - R.I. Bologna 03947730374 R.E.A. BO 327901