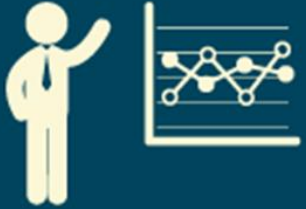


Nowe technologie zwiększające analizę zachowań klientów

Korzyści dla najemców, zarządców i właścicieli



funkcjonowanie systemów



System zliczania klientów

Punkt wyjścia do szerokiej analizy opierającej się na liczbach nie zaś intuicji

Systemy analityczne w służbie wynajmujących i najemców

Jak skutecznie konkurować na rynku, wykorzystując wszystkie narzędzia, które oferuje postęp technologiczny?

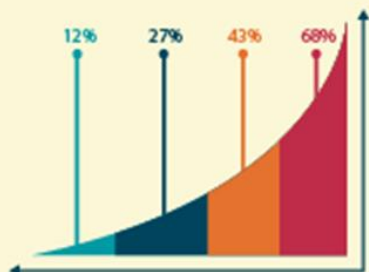




Wybrane możliwości technologiczne analizy lub interakcji z klientem

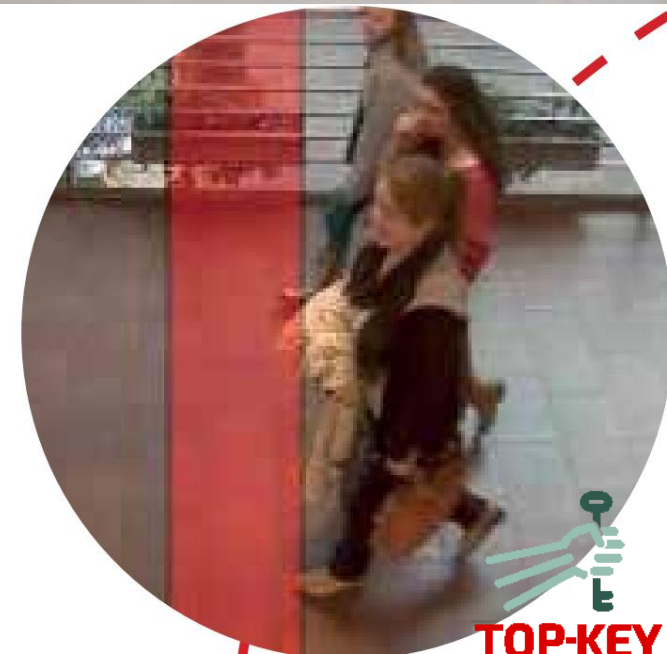
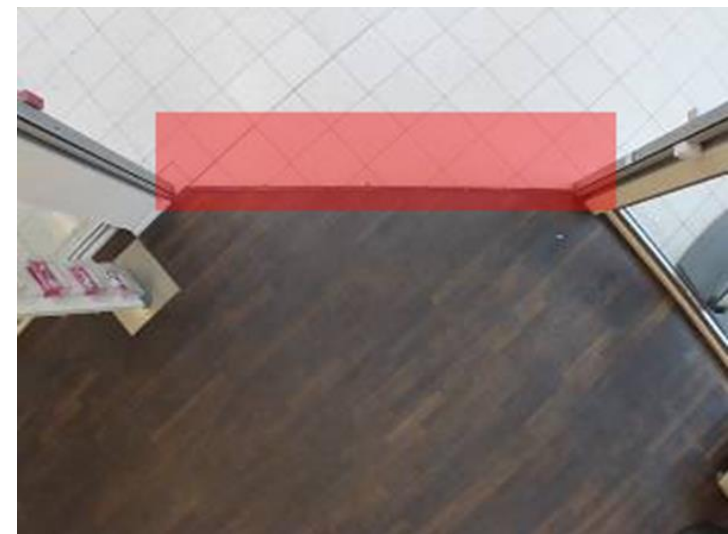


Badanie



Korzyści dla najemcy wynikające z wdrożenie systemu zliczania :

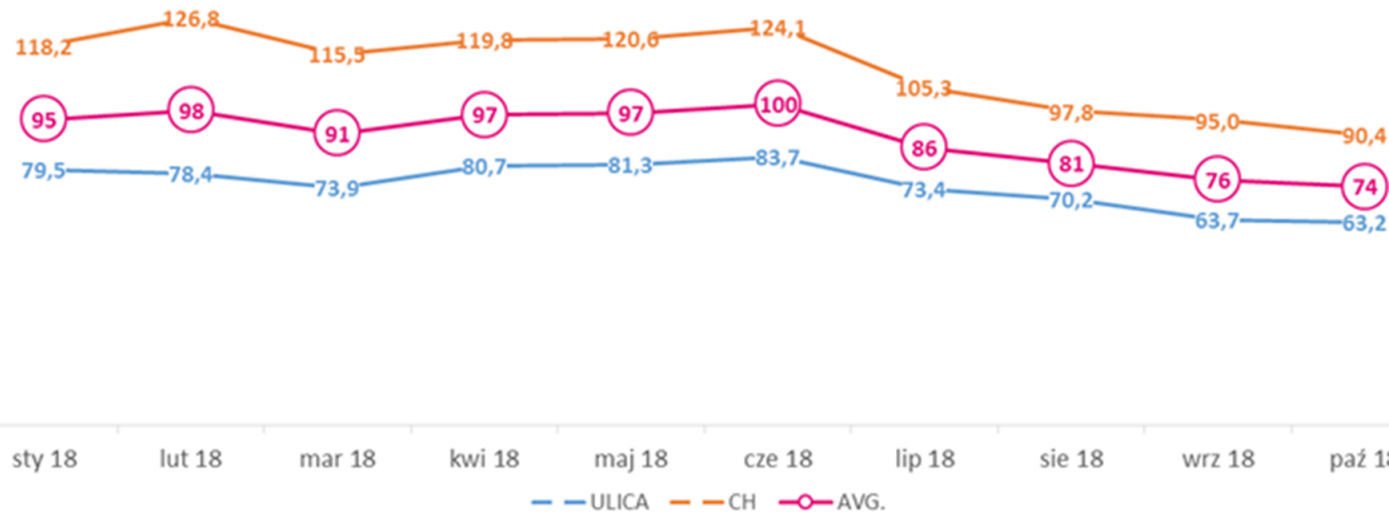
- ☐ Weryfikacja konwersji
- ☐ Porównywanie placówek/regionów
- ☐ Analiza realizacji wskaźników KPI – również w trybie online
- ☐ Wyznaczanie tzw. „godzin szczytu”
- ☐ Motywacja pracowników..
- ☐ Weryfikacja ruchu klientów przed placówką
- ☐ Analiza zmiany witryny oraz jej wpływu na liczbę klientów
- ☐ Śledzenie klientów wewnątrz sklepu: HeatMap, PathMap
- ☐ Określanie profilu klienta: dorosły/dziecko, itp..



TOP-KEY

Podstawowe wskaźniki prezentowane przez systemy analityczne:

Średnia liczba klientów w ciągu dnia



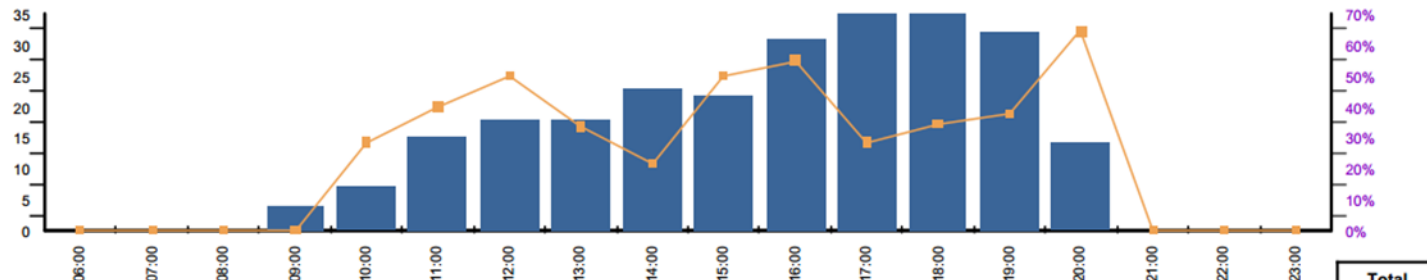
Raport Tygodniowy

2010-9-6 - 2010-9-12

Tydzień

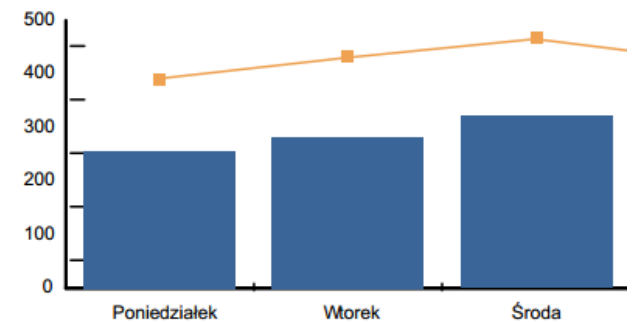
37-2010

Konwersja Godzinowa - Poniedziałek



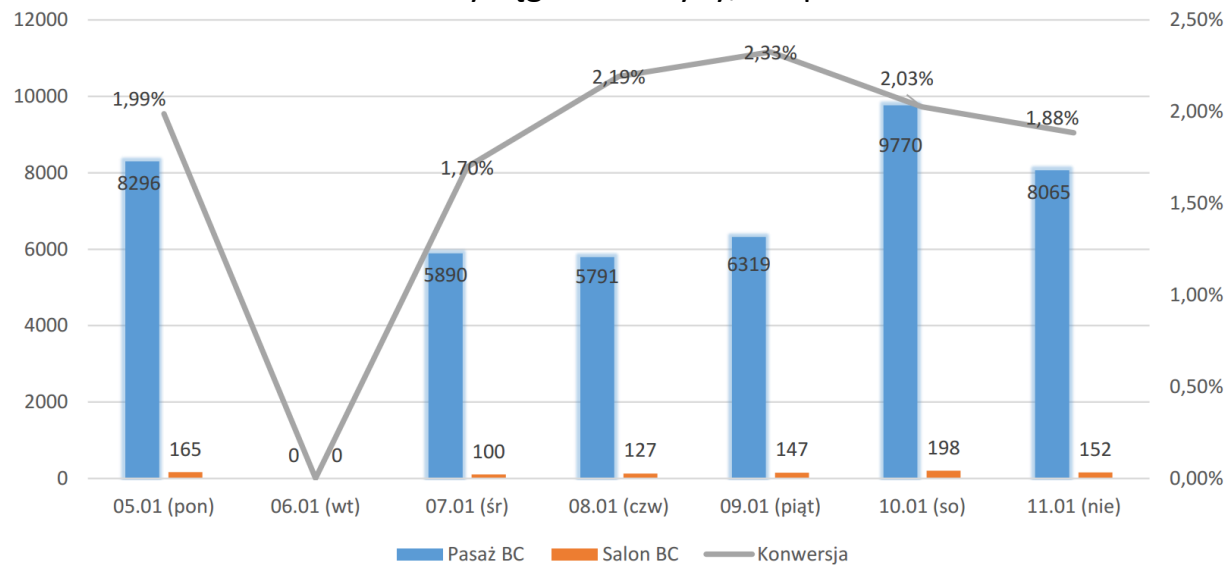
	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	Total
Klienci	0	0	0	4	7	15	18	18	23	22	31	35	35	32	14	0	0	0	254
Konwersja	0%	0%	0%	0.0%	28.6%	40.0%	50.0%	33.3%	21.7%	50.0%	54.8%	28.6%	34.3%	37.5%	64.3%	0%	0%	0%	38,98%
Obrót	0	0	0	0	21	235	283	107	164	261	642	327	197	460	266	0	0	0	2,964
Pracownicy	0	0	0	0	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	0	0	28

Dzienna konwersja



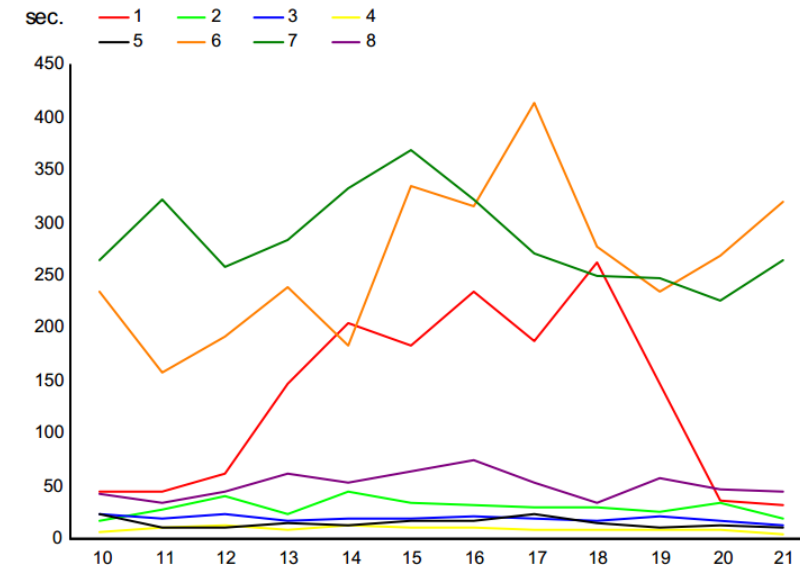
Klienci	254	283	320
Obrót	2 964,28	4 271,41	4 869,93
Tranzakcje	99	122	149
Konwersja	38,98%	43,11%	46,56%
Koszyk	29.94	35.01	32.68

Przyciąganie witryny/sklepu

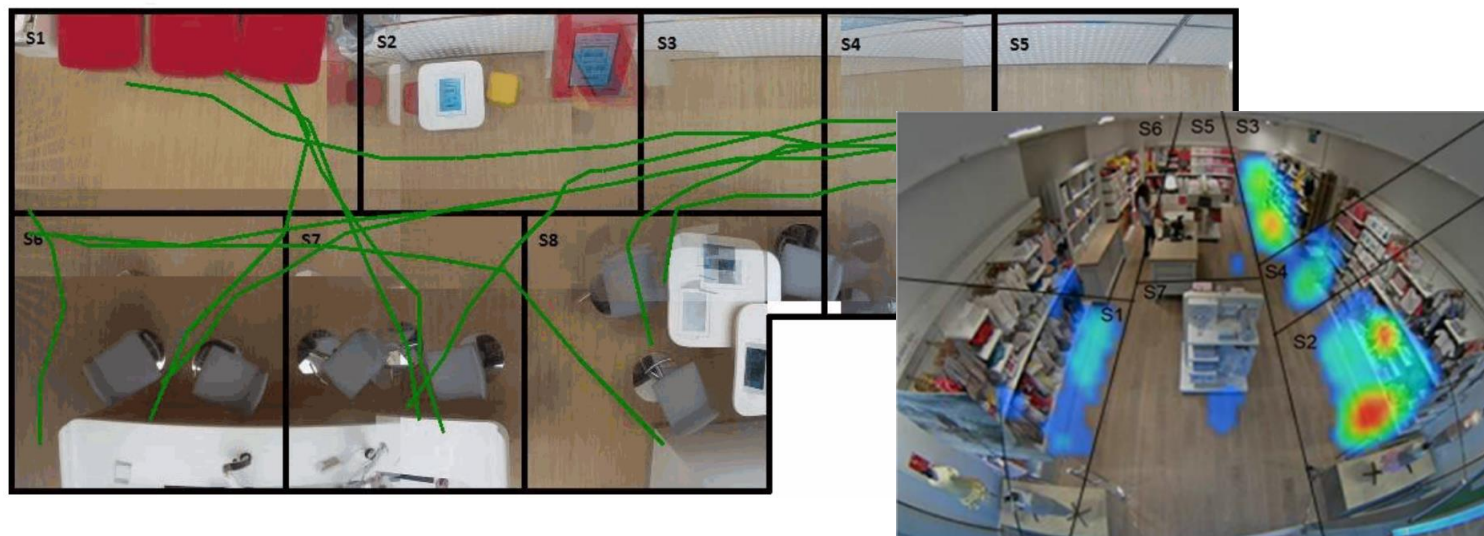
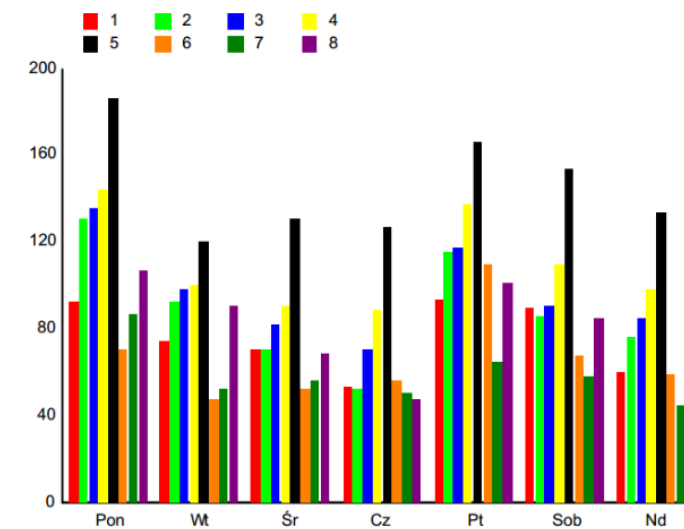


	05.01 (pon)	06.01 (wt)	07.01 (śr)	08.01 (czw)	09.01 (piąt)	10.01 (so)	11.01 (nie)
Pasaż BC	8296	0	5890	5791	6319	9770	8065
Salon BC	165	0	100	127	147	198	152
Konwersja	1,99%	0,00%	1,70%	2,19%	2,33%	2,03%	1,88%

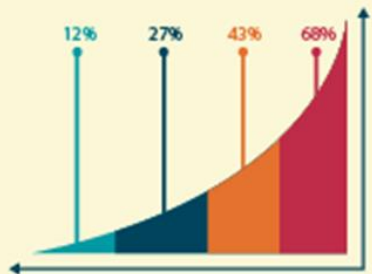
Średni czas spędzony w strefie



Liczba klientów w kluczowych strefach

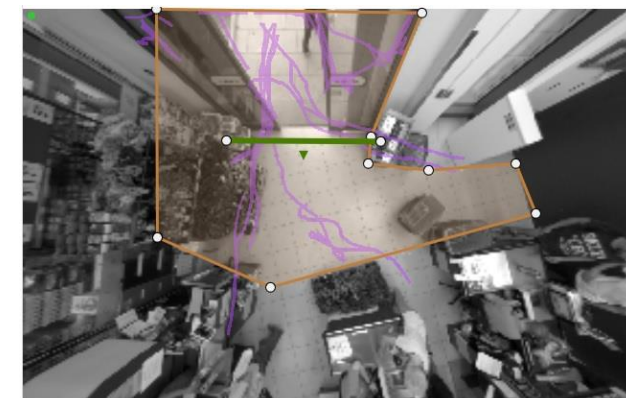
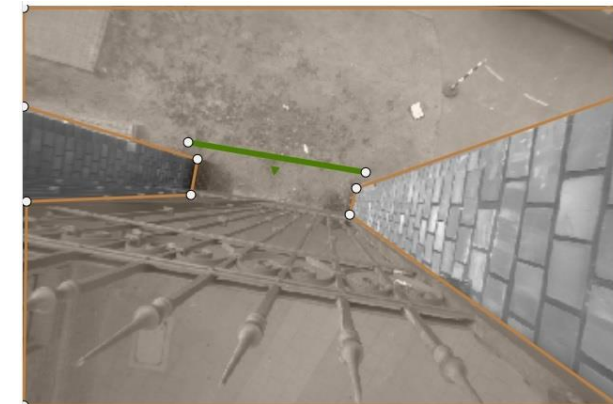


Badanie

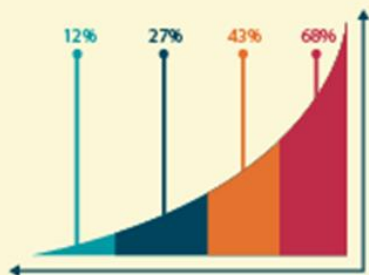


Korzyści, płynące z systemów analitycznych dla Centrów:

- ☐ Określanie ruchu klientów
- ☐ Które strefy/części Centrum są najchętniej odwiedzane
- ☐ Którzy najemcy przyciągają najwięcej klientów
- ☐ Którzy najemcy znajdują się w bezpośrednim sąsiedztwie lokali najchętniej odwiedzanych,
- ☐ Ustalenie optymalnych godzin otwarcia Centrum oraz akcji marketingowych
- ☐ Analiza zajętości parkingu - „peak hours”
- ☐ Benchmark Centrum względem regionów oraz całego kraju
- ☐ Analiza liczby klientów poruszających się przed Centrum

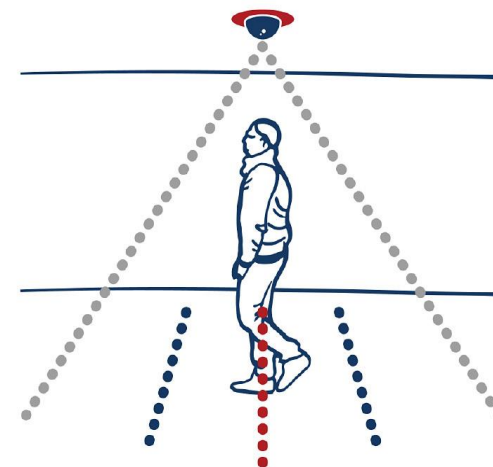


Badanie



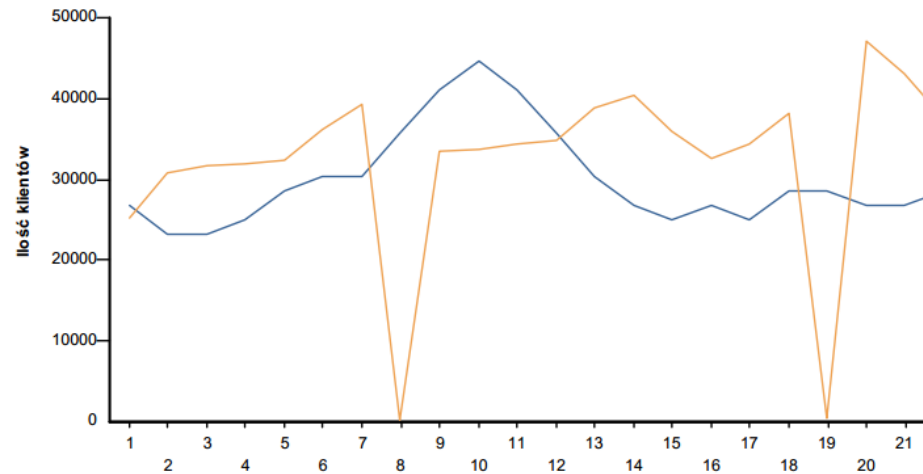
Działania i decyzje wspierane przez informacje z systemów analitycznych:

- ☐ Dokładne określenie wartości najmu wybranych lokali
- ☐ Możliwość negocjacji i zmian w wysokości czynszu
- ☐ Określenie pozycjonowania centrum
- ☐ Prognozowanie przychodów liczby klientów na podstawie korelacji danych historycznych
- ☐ Kontrola i badanie wpływu podjętych działań np. marketing
- ☐ Ograniczenie czasu i środków na analizy
- ☐ Dodatkowe usługi dla najemców – programy wspomagające
- ☐ Określanie i budowanie lojalności klientów np. Poprzez zwiększanie dwelltime



Podstawowe raporty

Porównanie pogody i ilości wejść



Ilość klientów — Temperatura

1-6-2014	2-6-2014	3-6-2014	4-6-2014	5-6-2014
25150 / 15	30896 / 13	31828 / 13	31992 / 14	32400 / 16
8-6-2014	9-6-2014	10-6-2014	11-6-2014	12-6-2014
172 / 20	33500 / 23	33772 / 25	34376 / 23	34752 / 20

Podstawowe wskaźniki

Okres: 2016-09-16 do 2016-09-23

Okres porównawczy: 2016-09-08 do 2016-09-15

obróć

0.00

- % -

liczba klientów

369833

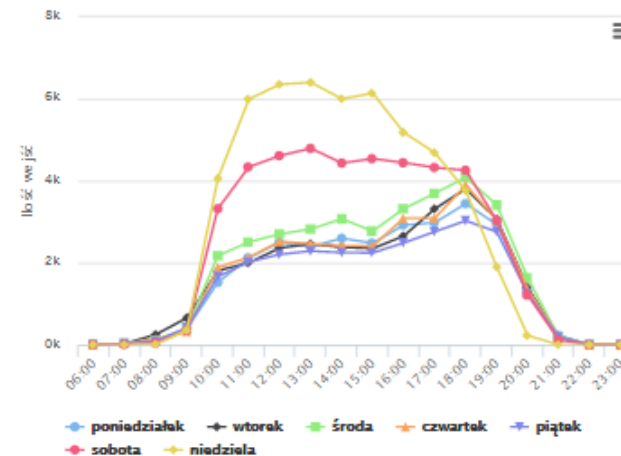
-0.22 % ↓ -826 ↓

Średni podział godzinowy

Grupa punktów: Test System Typ punktu: Wszystkie typy Punkty:

Wszystkie

Okres: 2016-09-16 do 2016-09-23



Pokaż dane w tabeli

Suma okresowa

Grupa punktów: Test System Typ punktu: Wszystkie typy Punkty:

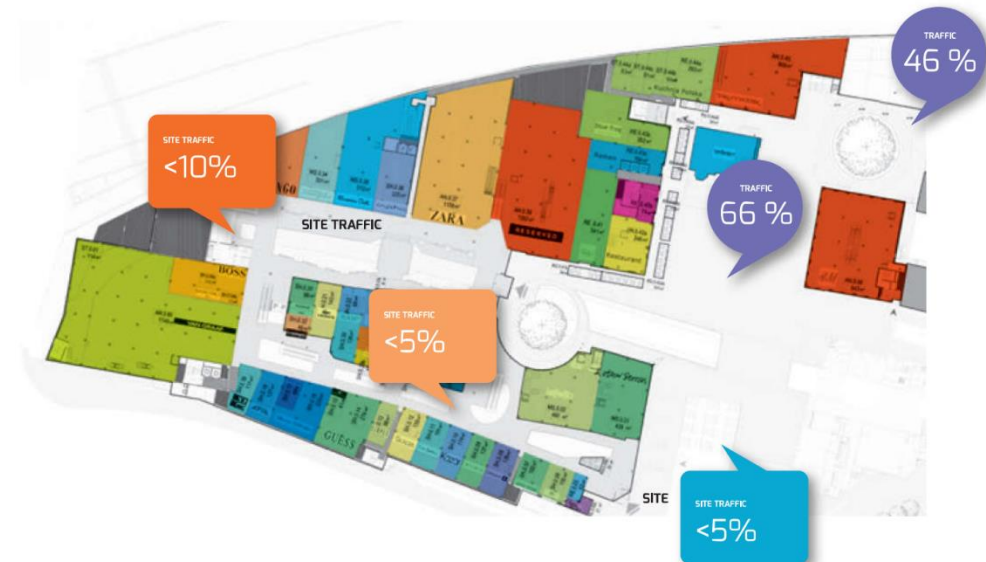
Wszystkie

Okres: 2016-09-16 do 2016-09-23

Okres porównawczy: 2016-09-08 do 2016-09-15

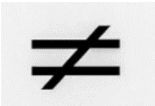


Analiza zachowań klientów wewnątrz jak i na zewnątrz Centrum



Fluktuacja klientów oraz ciepłe i zimne strefy

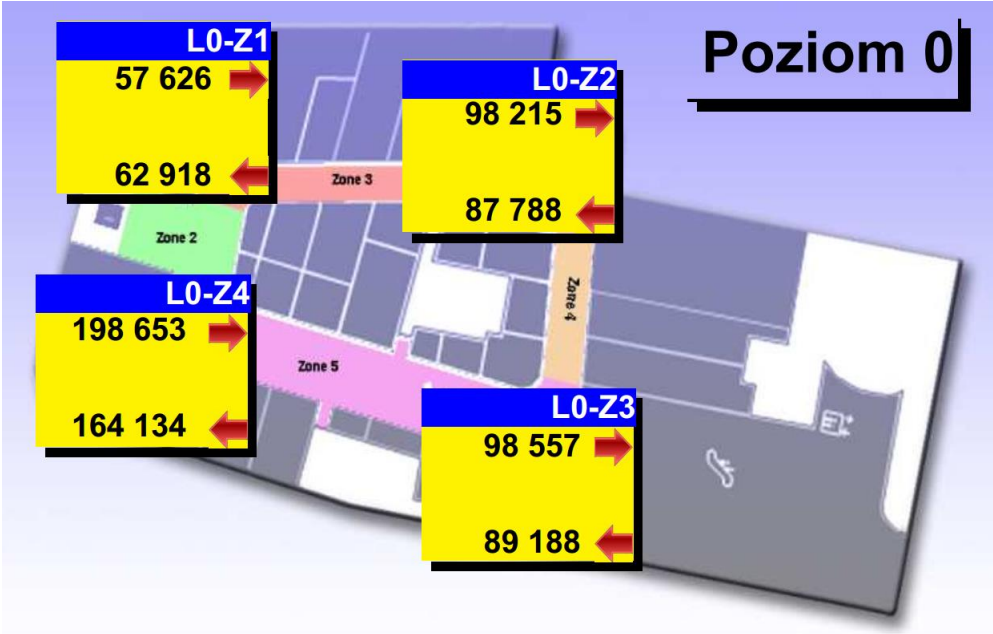
Analiza sygnału WiFi



KPI	Jan	Feb	Mar	Apr	May
Visitor Count	49,873	48,137	52,268	53,712	52,404
Dwell Time	62 min	55 min	53 min	57 min	58 min
Penetration	70%	63%	63%	64%	64%
Loyalty	67%	64%	65%	66%	63%

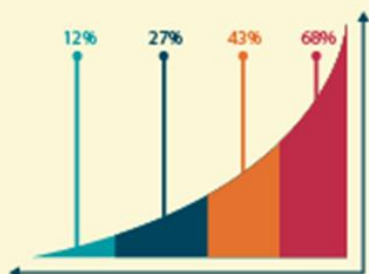


Analiza fluktuacji ludzi
na podstawie kamer



HZ 1 Wej lewe	59 829	80 %
HZ 2 HM	75 859	101 %
HZ 3 Auchan	62 826	84 %
HZ 7 Wej środk	82 424	110 %
HZ 8 Reserved	34 084	45 %
HZ 9 Kazar	47 609	64 %

Badanie



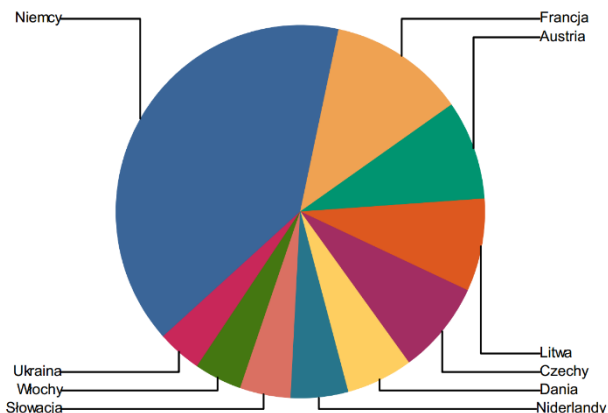
Korzyści, płynące z systemów analitycznych dla Centrów cd.. Rozpoznawanie Tablic Rejestracyjnych

- ☐ Średni czas pobytu – Dwell Time
- ☐ Lojalność klientów
- ☐ Catchment – skąd docierają klienci województwa/powiaty/dzielnice
- ☐ Kraje z których docierają klienci
- ☐ Określenie zajętości parkingu – peak hours
- ☐ Wyliczenie średniej liczby klientów przyjeżdżających do Centrum samochodem
- ☐ Korelacja z danymi dotyczącymi liczby klientów
- ☐ Odnajdowanie pojazdu na parkingu
- ☐ Określenie marki pojazdu ..



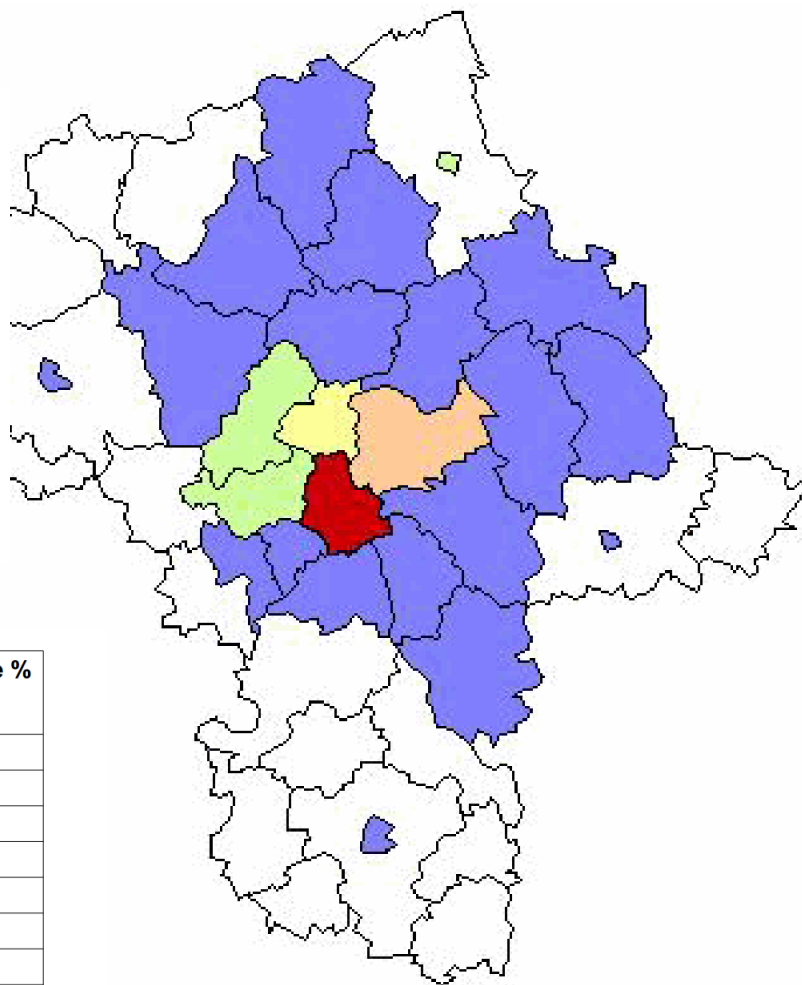
Rozkład ilości pojazdów względem powiatów - Mazowieckie
(Na podstawie tablic rejestracyjnych)

Obcokrajowcy



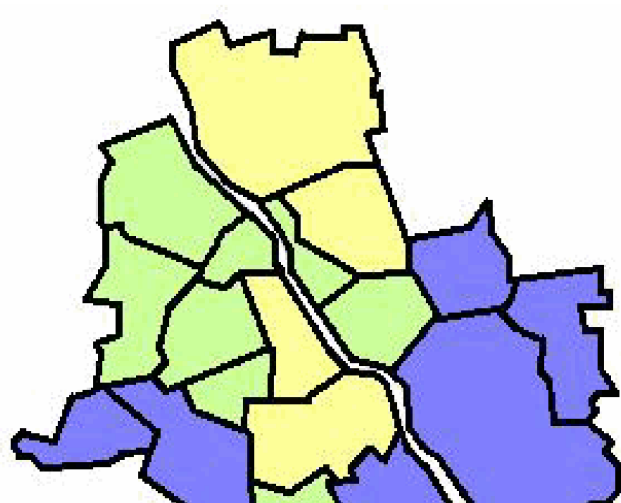
Czas pobytu

	Amount of cars	Percentage %
1 sec duration	4	0,0%
< 5 minutes	2570	13,4%
5m - 10m	923	4,8%
10m - 15m	839	4,4%
15m - 30m	2748	14,4%
30m - 45m	2742	14,4%
45m - 1h	1310	6,9%
1h - 1h30m	3291	17,2%
1h30m - 2h	1069	5,6%
2h - 3h	1616	8,5%
3h - 4h	645	3,4%
4h - 5h	526	2,8%
> 5h	825	4,3%
Total Cars	19108	



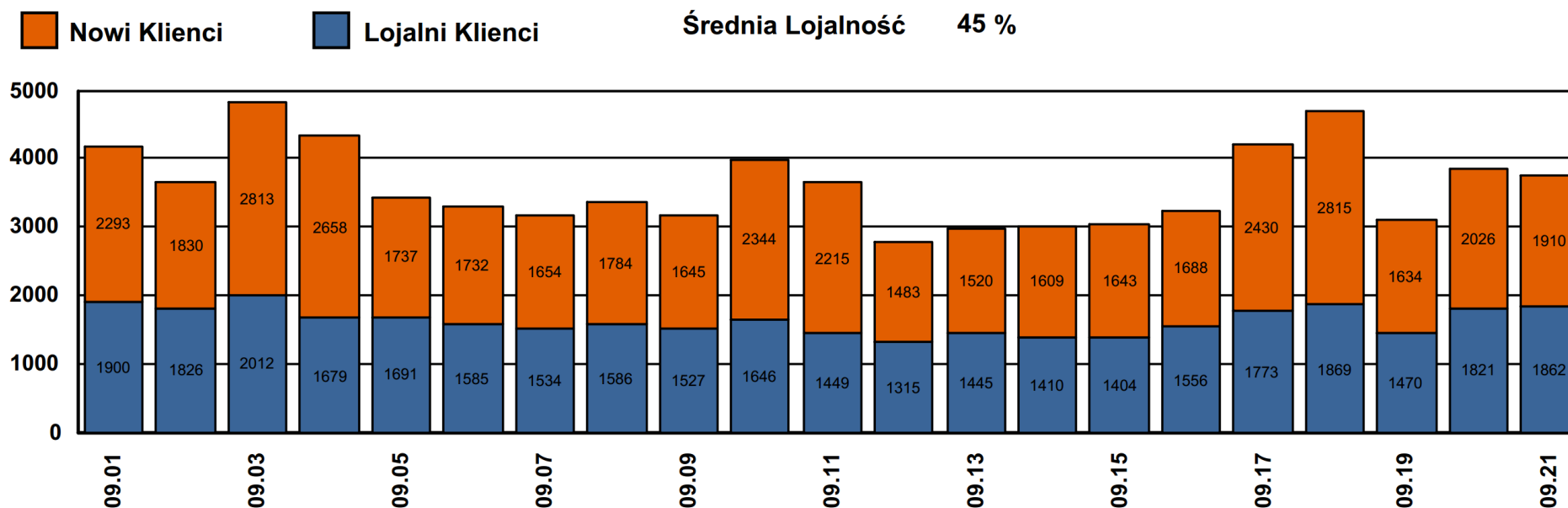
	Ilość	% PL	% District
Warszawa(sum)	39 392	52,63 %	60,68 %
Wołomiński	7 513	10,04 %	11,57 %
Legionowski	4 270	5,70 %	6,58 %
Warszawski Zachodn	2 389	3,19 %	3,68 %
Nowodworski	1 242	1,66 %	1,91 %
Ostrołęka	904	1,21 %	1,39 %
Pruszkowski	728	0,97 %	1,12 %
Wyszowski	692	0,92 %	1,07 %
Miński	647	0,86 %	1,00 %
Pułtowski	605	0,81 %	0,93 %
Otwocki	538	0,72 %	0,83 %
Płoński	447	0,60 %	0,69 %
Piaseczyński	438	0,59 %	0,67 %
Węrowski	420	0,56 %	0,65 %
Ostrowski	400	0,53 %	0,62 %
Ciechanowski	384	0,51 %	0,59 %
Makowski	351	0,47 %	0,54 %
Grodziski	346	0,46 %	0,53 %
Garwoliński	322	0,43 %	0,50 %
Radom	303	0,40 %	0,47 %
Przasnyski	220	0,29 %	0,34 %
Siedlce	218	0,29 %	0,34 %
Sokołowski	214	0,29 %	0,33 %
Płock	209	0,28 %	0,32 %
Mławski	170	0,23 %	0,26 %
Sochaczewski	160	0,21 %	0,25 %
Ostrołęcki	159	0,21 %	0,24 %
Radomski	140	0,19 %	0,22 %
Grójecki	126	0,17 %	0,19 %
Płocki	113	0,15 %	0,17 %
Siedlecki	112	0,15 %	0,17 %
Kozienicki	111	0,15 %	0,17 %
Żyrardowski	84	0,11 %	0,13 %
Łosicki	79	0,11 %	0,12 %
Przysuski	78	0,10 %	0,12 %
Żuromiński	77	0,10 %	0,12 %
Sierpecki	73	0,10 %	0,11 %
Gostyniński	65	0,09 %	0,10 %
Białobrzegi	63	0,08 %	0,10 %
Lipski	52	0,07 %	0,08 %
Zwoleński	44	0,06 %	0,07 %
Szawłowiecki	24	0,03 %	0,04 %

Rozkład ilości pojazdów względem dzielnic - Warszawa (Na podstawie tablic rejestracyjnych)



	Ilość	% PL	% City
Białoleka	6 324	8,45 %	9,74 %
Targówek	5 371	7,18 %	8,27 %
Mokotów	4 746	6,34 %	7,31 %
Śródmieście	4 601	6,15 %	7,09 %
Bemowo	2 761	3,69 %	4,25 %
Praga Półn	2 719	3,63 %	4,19 %
Bielany	2 472	3,30 %	3,81 %
Wola	2 068	2,76 %	3,19 %
Ochota	1 442	1,93 %	2,22 %
Praga Półn	1 264	1,69 %	1,95 %
Żoliborz	1 242	1,66 %	1,91 %
Ursynów	962	1,29 %	1,48 %
Wawer	921	1,23 %	1,42 %
Włochy	746	1,00 %	1,15 %
Rembertów	530	0,71 %	0,82 %
Wilanów	435	0,58 %	0,67 %
Ursus	364	0,49 %	0,56 %
Wesoła	224	0,30 %	0,35 %
Inne	200	0,27 %	0,31 %

Częstość powrotów klientów (Na podstawie tablic rejestracyjnych)

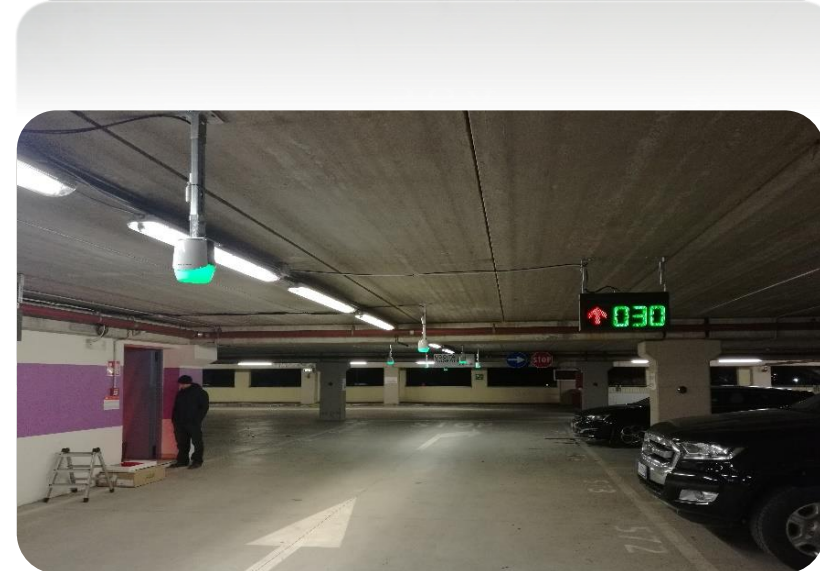
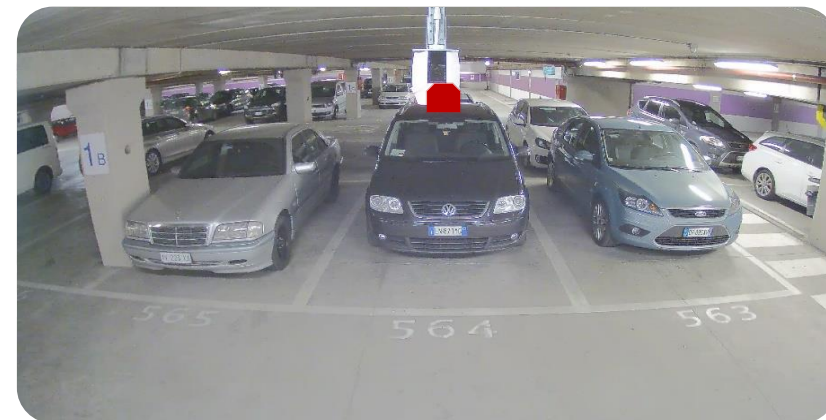


Zmiany



Rozwój systemów rozpoznawania tablic rejestracyjnych

- ☐ Integracja systemu zajętości miejsc parkingowych z systemem rozpoznawania tablic rejestracyjnych
- ☐ Znajdowanie samochodu na parkingu
- ☐ Określanie producenta i marki samochodu



Zmiany



Kierunek rozwoju systemów analitycznych oraz sposób wykorzystania „bigdata” w aspekcie zwiększenia konkurencyjności.

Wartość big data nie zależy od tego ile mamy danych, ale od tego w jaki sposób je wykorzystamy i w jaki sposób zaprezentujemy

- ☐ Redukcja kosztów oraz czasu
- ☐ Wytworzenie nowej oferty produktowej
- ☐ Wspieranie operacji biznesowych
- ☐ Znalezienie wyników/informacji, których się nie spodziewamy

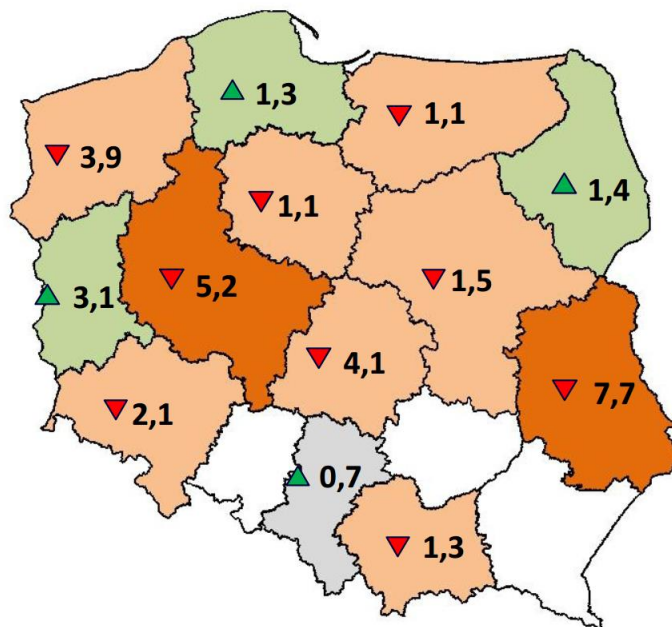
Budowanie trwałych relacji z klientami ma ogromne znaczenie dla rozwoju w branży handlu, a jednym ze sposobów osiągnięcia tego celu jest odpowiednie zarządzanie big data.

Index odwiedzalności Centrów Handlowych na bazie ponad 2,5 mln GLA

Zmiana procentowa
rok do roku – YTD

01-08/2017

01-08/2018

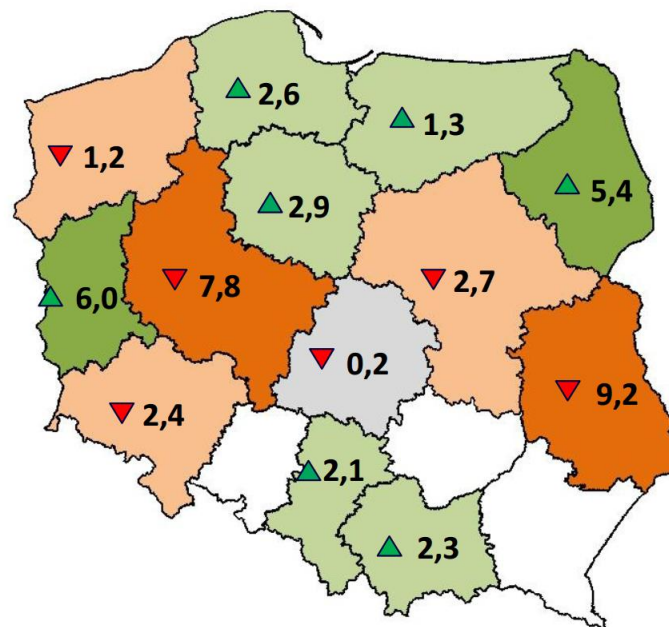


▼ 1,5 %

Zmiana procentowa
rok do roku – miesiąc

Sierpień 2017

Sierpień 2018

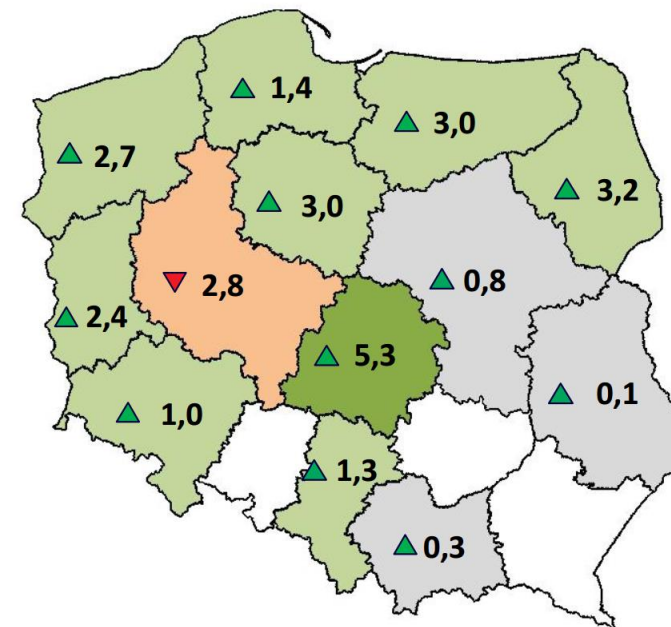


▼ 1,0 %

Zmiana procentowa
miesiąc do miesiąca

Lipiec 2018

Sierpień 2018

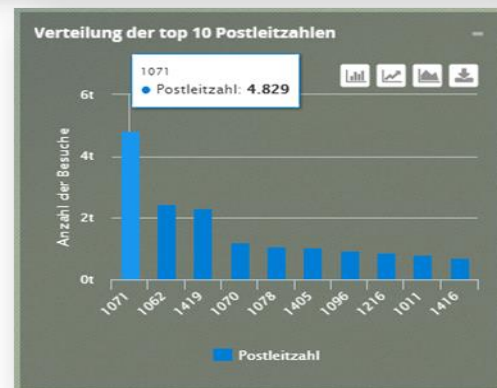
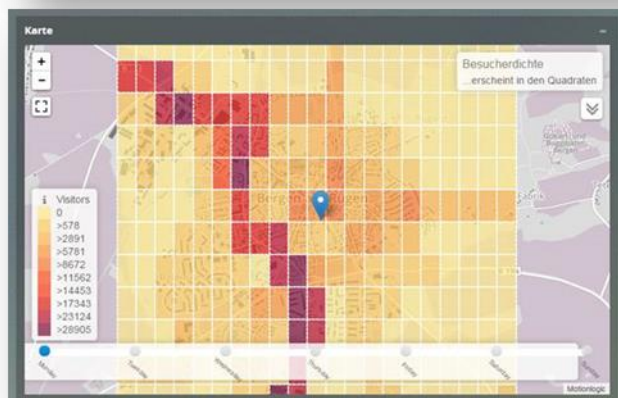
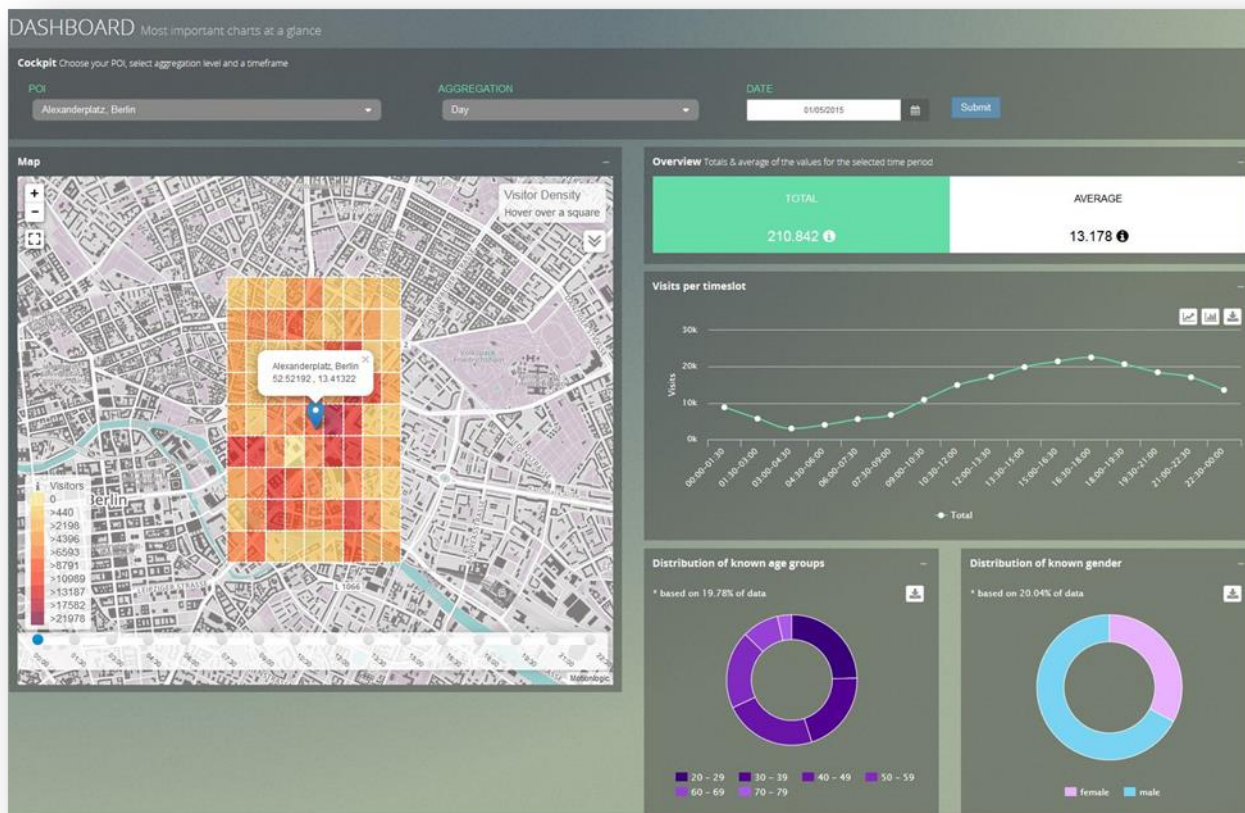


▲ 0,7 %

Łączenie osobnych zbiorów danych umożliwia wielopoziomową analizę

NIEDZIELE HANDLOWE VS NIEDZIELE NIEHANDLOWE				
	Handlowe 2018		Niehandlowe 2018	
	mediany*	średnie**	mediany*	średnie**
Poniedziałek	13,12%	13,24%	14,79%	13,62%
Wtorek	13,05%	13,17%	15,10%	15,57%
Środa	13,42%	13,54%	15,00%	15,48%
Czwartek	13,42%	13,11%	15,15%	16,13%
Piątek	14,86%	14,52%	16,69%	17,69%
Sobota	16,76%	17,35%	21,12%	19,55%
Niedziela	15,36%	15,06%	2,16%	1,95%

Przykład kompleksowych raportów



Pytania:



1. RODO

2.

Dziękuję za uwagę

