



Einblicke & Daten für
Digitalisierung,
Restrukturierung,
Neuausrichtung

Retail Analytics für Shopping-Center

Mit Retail Analytics Shopping-Center zum Erfolg steuern

Herausforderung Shopping-Center

Der Onlinehandel stellt für den stationären Handel und somit auch für die Shopping-Center eine große Herausforderung dar. Die Corona Pandemie kommt als weiter negativer wirkender Faktor dazu.

Um dem geänderten Konsumenten-Verhalten zu begegnen, setzen die Investoren bei Shopping-Centern verstärkt auf die Revitalisierung. Dies betrifft u. a. die Veränderung von Flächenzuschnitten und Sortimenten, die Erhöhung der Multifunktionalität und den Ausbau von gastronomischen Angeboten und nicht zuletzt die Digitalisierung der Center.

Die 100% DSGVO-konforme 3D-Sensorik und Retail Analytics zur Besucher- und Flächenanalyse von

Crosscan ermittelt die KPI's für das erfolgreiche Verwalten, Managen und Entwickeln von Shopping- und Fachmarkt-Centern.

Potenzial erkennen und nutzen

Die Besucherstrom-Analysen, Daten und KPI's der Retail Analytics von Crosscan zeigen ungenutzte Potenziale auf und bieten so die Basis für erfolgreiche Entwicklungen und Konzepte. Mit dem webbasierten Reporting kann die Wirksamkeit einzelner Maßnahmen zeitnah kontrolliert, bewertet und justiert werden.

Dies setzt das Center-Management in die Lage, die Neubewertung von Potenzialen, die Entwicklung von Nutzungskonzepten und Planung kommerzieller Perspektiven zielgerichtet vorzunehmen.

Neubewertung von Potenzialen, Entwicklung von Nutzungskonzepten und kommerzielle Perspektiven

Hochentwickelte Sensoren und die Retail Analysen bieten Daten, um erfolgreiche Strategien zu entwickeln und umzusetzen.

Module und Lizenzen (Auszug)

Personenzählung | Separate Zählung von Kindern, Erwachsenen, Einkaufsgruppen | Echtzeit-Erfassung von Personenströmen | Verteilung und Laufwege | Füllstandsanzeige und Management auf Gebäude- und Raumebene in Echtzeit | Zentrale Geräteverwaltung | Sozio-Demographische Analysen

Anwendungsbeispiele

Marketingplanung

Mit Besucherfrequenzmessung z.B. Eingangsfrequenzierungen und Besucherspitzen erhalten und Marketing Aktivitäten darauf abstimmen und kontrollieren. Mit sozio-demografische Auswertungen die Alters- und Geschlechtsverteilung der Besucher erfahren, und so bspw. Werbemaßnahmen und Mieter-Mix entwickeln.

Flächenauswertung in Echtzeit

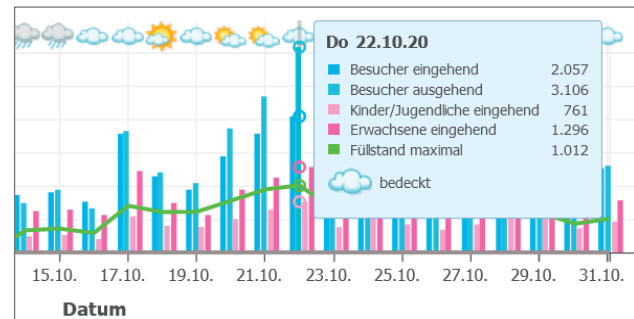
Auslastungen des Centers und einzelner Bereiche erhalten, „Magnetwirkung“ von Anker-Mieter messen oder Mieten von Einzelhandelsflächen faktisch untermauern.

Verteilung und Laufwege

Verkehrsflussmuster der Besucher erfahren und so z.B. Maßnahmen zur Belebung von „Cold-Spots“ umsetzen.

Sicherheit

Umsetzung von Sicherheitsvorschriften bspw. in der Corona Pandemie mit Personen-Zugangsmanagement, Sicherheitsvorkehrungen an Auslastungen entwickeln.



Beispiel - Ausschnitt Auswertung: Besucherfrequenzen mit separater Zählung Kinder und Erwachsene und Wetter Korrelation. Beispiel Interpretation: Im Vergleich zu den vorherigen Donnerstagen ein besucherstarker 22.10.20 ! **Aktion für Kinder Digitales Lernen - probier's aus! war ein Erfolg!**

Monitoren des Shopping-Center Portfolios

Mit Besucherfrequenzen den GLA Faktor (footfall per m² Gross Leasable Area) ermitteln, Center mit unterschiedlich großen Flächen objektiv vergleichen. Flächen, Filialen und auch Shopping-Center einfach vergleichen und benchmarken.

Facility Management

Reinigung in Center Bereichen abhängig von der Freqüentierung planen. Das Energiemanagement bspw. durch Anpassung an Freqüentierung und Wetterdaten durch bedarfsgesteuerten Einsatz von Heizung und Ventilation optimieren.

KONTAKT

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

Senden Sie uns eine E-Mail an
sales@crosscan.com

