

Kupując w Internecie nie jesteśmy anonimowi. Każdy sklep internetowy ma wiedzę o tym co, kiedy i za ile kupiliśmy oraz jakie są nasze preferencje i zainteresowania. Handel tradycyjny, czyli realizowany poprzez centra handlowe pozornie nie daje takich możliwości. Osoba wchodząca do salonu sprzedaży pozostaje praktycznie anonimowa. Nie wiadomo jakie są jej ulubione marki, czy to pierwsze czy też kolejne odwiedzin w danym sklepie, co kupiła lub jakie miejsce odwiedziła wcześniej. Sytuacja ta jednak ma szansę szybko się zmienić dzięki zastosowaniu technologii mobilnych.

System Cisco CMX

System Cisco CMX – Connected Mobile Experiences umożliwia wykorzystanie bezprzewodowej sieci WiFi do zbierania i analizowania informacji na temat osób odwiedzających centra handlowe i posiadających przy sobie urządzenie mobilne z aktywnym WiFi. Co istotne, połączenie się z siecią WiFi nie jest nawet konieczne. Duża część funkcjonalności wymaga tylko aktywności sygnału WiFi w urządzeniu, które bezpiecznie spoczywa w kieszeni kurtki czy w torebce.

Przed wszystkim Cisco CMX pozwala na:

monitorować ruch klientów w obrębie centrum i poznawać ich preferencje konsumenckie, np. kiedy i jak często odwiedzają dane miejsca, które sklepy są odwiedzane częściej, a które rzadziej,

w jaki sposób docierają do centrum handlowego,

jakie są najczęściej wybierane „ścieżki” poruszania się po centrum,

ile czasu spędzają na zakupach, a ile na innych aktywnościach (restauracja, rozrywka) itp.

CMX Analytics

Informacje te można uzyskać dzięki CMX Analytics, który analizuje dane w wielu wymiarach przestrzennych, czasowych i logicznych.

Wykorzystanie aplikacji w doskonały sposób ułatwia:

planowanie rozwoju centrum,

dobór odpowiednich działań marketingowych,

weryfikację polityki cen najmu oraz trafności położenia danego lokalu itd.

System daje również szereg korzyści najemcom, gdyż niemal od ręki dostają pełną analizę z konkretnymi danymi, np.:

ile osób odwiedziło sklep,

ile zatrzymało się przy wystawie a ile w ogóle nie zwróciło na nią uwagi.

Ponadto dzięki CMX Analytics możemy ustalić ile osób jest pierwszy raz w danym salonie a ile

osób powtórnie, oraz jak często wracają i gdzie udają się po wizycie w danym sklepie itp.

CMX Engagement

To jednak nie koniec możliwości, a dopiero początek! Aplikacja CMX Engagement umożliwia wykorzystanie smartfonów do połączenia i zalogowania do sieci WiFi np. poprzez własną stronę lub portal społecznościowy np. Facebook. W ten sposób użytkownik od razu może znaleźć się na stronie danego sklepu, restauracji i zapoznać się z ofertą lub zostać powiadomiony o nowej ofercie, jak również dołączyć do grona „przyjaciół” wybranej strony. Połączenie z siecią WiFi umożliwia więc prowadzenie dialogu z klientem i poznanie jego preferencji. Wszystko to w celu przygotowania specjalnej, spersonalizowanej oferty, której efektem będzie zakup osobisty. Niewątpliwą przewagą w tym przypadku jest możliwość fizycznego kontaktu z wybranym produktem – można dotknąć, przymierzyć i sprawdzić. Aplikacja mobilna jest swoistą hybrydą zakupów internetowych i tradycyjnych. Wspiera proces sprzedaży i znacznie uatrakcyjnia wizyty w centrum handlowym, nie tylko poprzez łatwiejsze wyszukiwanie interesujących ofert, ale również np. dostarczając mapę obiektu wraz z usługą nawigacji.

Nie tylko telefon

Coraz więcej osób chce używać swoich urządzeń mobilnych, już nie tylko do realizacji połączeń telefonicznych, wysyłania i odbierania wiadomości SMS lub prostego surfowania po Internecie czy przeglądania poczty elektronicznej. Innowacje technologiczne pozwalają już teraz w pełniejszy sposób wykorzystywać możliwości oferowane przez miejsce, w którym się znajdujemy np. oglądanie powtórek w trakcie meczu na stadionie, nawigowanie po centrum handlowym, czy też korzystanie z interaktywnego przewodnika po muzeum. Urządzenia muszą więc być świadome otoczenia, w którym są używane, aby dostarczyć informacje najbardziej w danym miejscu i momencie przydatne. W natłoku informacji pozwoli to na dostarczanie konkretnych informacji dostosowanych do konkretnych potrzeb. Tak zapewne będzie wyglądała wizyta w centrum handlowo-rozrywkowym przyszłości.

Autorem tekstu jest Maciej Flak, PSS Cisco Enterprise Networking/Mobility, Cisco Systems Poland, przy współpracy z Pawłem Majewskim, Key Account Managerem z EIP Sp. z o.o.

Artykuł ukazał się 28.06.2014 na łamach portalu Forbes Polska www.forbes.pl