

Jaké výhody poskytuje počítání návštěvníků obchodníkům ?

S rostoucí konkurencí v tradičních kamenných obchodech i ze strany e-shopů, potřebují obchodníci doslova každého návštěvníka, který vstoupí do prodejny. Bez jasné znalosti chování návštěvníků na prodejně a dosahované konverze přeměny návštěvníků na zákazníky, jsou obchodníci-podnikatelé odkázáni na nutnost vytvářet své prodejní strategie, které neberou v úvahu základní fakta o chování zákazníků. Řešením je přesné měření návštěvnosti, které lze využít k vytváření podrobných obchodních analýz a úspěšných prodejních strategií.

Rozumějte svým potenciální zákazníkům

Data ze systému počítadel návštěvníků Irisys ukáží, kolik prodejnu navštívilo návštěvníků, kolik se jich přeměnilo na zákazníky, identifikují oblasti v prodejně s nejvyšším pohybem a nakonec umožňují tyto informace porovnávat s obsazeností personálu na prodejně ve vztahu k dosahované návštěvnosti a s prováděnými marketingovými kampaněmi.

Nalezněte svůj úspěšný modus pro konverzi návštěvníků na zákazníky

Informace vytvářené systémem počítání návštěvníků Irisys napomáhají vašemu prodejnímu týmu maximálně využít obchodní příležitosti a optimalizovat časové nasazení prodejního týmu. Nalezení nejúspěšnějšího modusu prodejní techniky a jejího rozšíření na celý řetězec prodejen je pak už snadná záležitost.



Získejte konsistentní informace o chování návštěvníků-zákazníků

Poskytováním přesných informací o návštěvnosti na prodejnách a pohybu návštěvníků po prodejně v reálném čase umožňuje systém Irisys provádět přesný odhad o návštěvnosti na celém obchodním řetězci prodejen a současně zjistit, které prodejny dosahují nejlepší výsledky při zhodnocování obchodních příležitostí.

Stanovte rozmístění prodejního personálu dle potřeby a zájmu zákazníků

Měřením návštěvnosti vašich prodejen na různých lokalitách a období během dne získáte informace o nejlepších místech prodejního uspořádání /aranžmá/ a jejich presentaci. Přitom je nutné zajistit co nejlepší obsazení počtu personálu na prodejně v čase odpovídající dosahované výše návštěvnosti na prodejně a zájmu návštěvníků o nabízené služby. Snížením počtu personálu v daném čase, kde není dostatečně vytížen pro obsluhu přítomných návštěvníků a jeho navýšením v čase, kde naopak zapotřebí je, lze docílit významné úspory na provozních nákladech a zvýšit tržby poskytováním lepší úrovně služeb přítomným návštěvníkům na prodejně.