

Cu ce noutăți vine Mega Image în primul magazin inteligent?

09 Oct 2018 | de Alina Dragomir



[1]

Retailerul Mega Image a lansat primul magazin inteligent din România, care integrează nouă soluții Internet of Things, destinate industriei de comerț. Acestea ajută retailerul să identifice nevoile clienților și să înțeleagă comportamentul acestora pentru a crește eficiența, satisfacția cumpărătorilor și pentru a oferi o experiență de cumpărături îmbunătățită.

”Un client tipic se intersectează zilnic cu trei magazine Mega Image și ei se așteaptă ca fiecare magazin să răspundă nevoilor sale. Avem 645 de magazine, clienții sunt foarte mulți și foarte diferiți. Să faci fiecare magazin să răspundă nevoilor este o provocare, așa că ne-am uitat la cum să folosim tehnologia pentru a răspunde provocărilor”, a precizat Adrian Nicolaescu, VP Marketing în cadrul Mega Image.

Împreună cu specialiștii Vodafone, Mega Image a implementat în magazinul din Barbu Văcărescu soluții digitale inteligente care vin în

întâmpinarea clienților cu experiențe complete și personalizate pe baza nevoilor acestora.

Astfel, soluțiile implementate oferă statistici despre clienți, monitorizarea stocurilor, afișare digitală pentru publicitate personalizată, promovarea produselor adaptată pe segmente de cumpărători, zone de interes ale vizitatorilor, managementul cozii de așteptare, Wi-Fi în magazin, dar și sistem de feedback și asistență pentru clienți.

Prima soluție răspunde la o întrebare esențială: **câți oameni intră în magazin?** "Aveam acces la numărul de bonuri, însă asta nu ne spunea câți oameni au intrat în magazin. Astfel, au fost montați doi senzori, unul la intrarea în magazin și unul la ieșire. Spre exemplu, în magazinul din Barbu Văcărescu, au intrat 5.499 de oameni și au ieșit 6.032. De unde această diferență? La intrarea în magazin există un bancomat și un aparat de cafea. Am vândut 500 de cafele fără ca oamenii să intre în magazin. Ce o să facem? O să mutăm cafeaua în magazin pentru că putem să facem cross cu produsele de bakery", a mai precizat Adrian Nicolaescu.

Și pentru că pe raionul de bakery rotația produselor este foarte alertă, aici a fost implementată o **soluție de monitorizarea stocurilor**. "Sunt 105 sortimente pe raftul de panificație. Este greu să estimăm ce se va vinde și când și pentru că este frustrant să existe situații de out-of-stock, au fost montați senzori pe rafturi care evaluează numărul de produse și trimit mai departe informațiile.

Vodafone a implementat o soluție de **digital media signage**, o platformă inteligentă cu o interfață simplă prin care Mega Image alege promoțiile pe care vrea să le împingă pe "totem-urile" de la intrarea în magazin. Aceeași soluție este și în magazin, însă cu o propunere mai inteligentă, care segmentează clienții în funcție de sex și vârstă. "Totemul se folosește de senzori și recunoaște principalele caracteristici demografice ale clienților. Astfel, serverul trimite propunerile de produse care sunt pe interesul cumpărătorului – identificarea se face pe sex și vârste, în funcție de acestea fiind alese anumite produse pentru a fi promovate. Încercăm prin aceste reclame digitale să renunțăm la revista din magazin. În plus, vom lansa în curând și un card de fidelitate tocmai pentru a reuși să venim cu o ofertă promoțională adaptată nevoilor fiecărui client", completează managerul Mega Image.

Totodată, Vodafone a integrat un buton de **asistență in-store** prin care angajații Mega Image sunt anunțați că cineva are nevoie de consultanță. Mai mult, Vodafone a integrat și **Wi-Fi în magazin**, în timp ce în zona caselor de marcat au fost montate camere care numără oamenii de la coadă și, atunci când numărul de persoane crește peste un prag definit, trimite o alertă pentru a se deschide o altă casă de marcat. În plus, la final, clientul poate **aprecia experiența la cumpărături**. "La un milion de clienți, numărul de reclamații lunar este extrem de mic. Am simțit însă nevoia să ușurăm sistemul. Dacă un client apasă butonul roșu, imediat vine un angajat pentru a afla ce s-a întâmplat", a mai precizat reprezentantul Mega Image.

Proiectul dezvoltat în parteneriat cu Vodafone a fost implementat pentru moment doar în magazinul din Barbu Văcărescu. În ceea ce privește planurile de extindere, reprezentantul Mega Image a precizat că este nevoie de o perioadă de test. "Am ales Barbu Văcărescu pentru că este un magazin complex, aglomerat, în care diferă mult numărul de oameni din timpul săptămânii și din weekend, iar presiunea pe magazin este enormă la prânz", a concluzionat Adrian Nicolaescu.

Mega Image, parte a grupului Ahold Delhaize, a fost fondat în 1995 și este unul dintre cele mai mari lanțuri de supermarketuri din România cu o rețea ce cuprinde în prezent 645 de magazine în București, Cluj-Napoca, Constanța, Ploiești, Brașov, Târgoviște, Timișoara și alte orașe din țară, sub mărcile Mega Image, Shop&Go, Gusturi Românești.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://www.magazinulprogresiv.ro/articole/cu-ce-noutati-vine-mega-image-primul-magazin-inteligent>

Legături

[1] https://www.magazinulprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/mega_image_barbu_vacarescu.jpg