

AI of Things

# Indoor insights

Mejores datos, mejores decisiones



## ¿Qué es indoor insights?

La solución permite obtener insights mediante el uso de tecnologías IoT (cámaras, sensores WiFi, smartcells, bluetooth, balizas Beacons, etc.) que se utilizan para establecer patrones de comportamiento que ayuden a las empresas a tomar mejores decisiones sobre sus estrategias futuras, mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia en los espacios físicos.

Nuestra propuesta de valor que unifica todas las fuentes de datos y proporciona analítica agregada, enriqueciendo la analítica de espacios con los "insights" de perfilado y movilidad en exteriores proporcionados por la plataforma Smart Steps comunicándonos de esta manera con el perfil de potenciales clientes del negocio para posteriormente realizar diferentes acciones de marketing y/o publicidad.



## Funcionalidades

- › **Agnóstico al HW:** La solución no requiere de un HW propietario que obligue al cliente a hacer una inversión inicial de manera obligatoria, y permite a nuestros clientes reutilizar HW de red que ya tuviera desplegado en sus establecimientos, como cámaras, Aps o beacons.
- › **Dashboard sencillo e intuitivo:** diseñados para mostrar todos los KPI relevantes de forma que sean realmente útiles para el responsable del negocio.
- › **Integrado con el Big Data de Telefónica:** en la plataforma spotdyna de forma que permite el cruce de información con los datos de operador, enriqueciendo los indicadores clave con datos de perfil sociodemográfico.
- › **Los KPIS del mundo online llevados al offline** información detallada de lo que sucede en tu espacio para proporcionarte el mismo nivel de conocimiento que a través de una solución de eCommerce.
- › **Garantizamos el cumplimiento de GDPR.**
  - La analítica por WiFi no almacena las MAC sino que se anonimizan y se hashean, sustituyendo la Mac por un identificador único
  - La analítica por cámaras no utiliza ninguna tecnología de reconocimiento facial, por lo que nunca se genera ni almacena ninguna imagen de identificación única.
  - Los clientes solo tienen acceso a estadísticas agregadas y anónimas ofrecidas a través del dashboard.





## KPIs

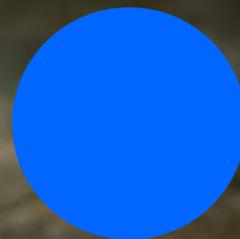
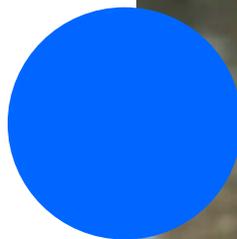
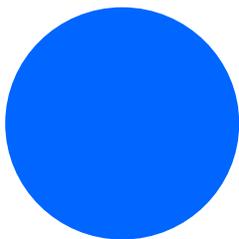
- › **Visitas:** Conocer el dato de afluencia es el KPI de inicio básico para comprender el comportamiento de los visitantes. El dashboard permite, además, comparar la afluencia entre diferentes accesos, locales y períodos temporales. La información proveniente de la red de Telefónica también permite conocer el perfil sociodemográfico, el nivel de renta y el origen de los visitantes potenciales, e incluso poder analizar qué otras áreas comerciales de la competencia frecuentan.
- › **Comportamiento del visitante:** La solución permite diseñar diferentes zonas de medición o puntos de interés dentro de cada espacio para analizar el comportamiento de los visitantes en cada una de ellas (zonas visitadas, rutas de clientes, mapas de referencia, tiempo de permanencia, tiempo de espera en cola, recurrencia / frecuencia de la visita, etc.).
- › **Perfil del visitante:** mediante el uso de cámaras IP, incluso reutilizando las cámaras de seguridad del espacio se puede obtener el género y el rango de edad de los visitantes, incluso el grupo social, si son familias con niños, parejas, solo hombres, solo mujeres, etc. para conocer en detalle el perfil de los visitantes del espacio, y poder llegar a tener el customer journey segmentado demográficamente.





## KPIs

- › **Conversión y eficiencia:** Todas las métricas recopiladas en el espacio, junto con los datos de ventas, nos permiten medir y mejorar la rentabilidad de nuestros clientes:
  - Conversión al espacio, cuánta gente pasa y cuánta entra en el local
  - Conversión a una zona o punto de interés, cuánta gente que entra en el local accede a una zona determinada (atención al cliente, punto de caja, etc.)
  - Conversión por perfil: ¿qué tipo de cliente compra más? ¿Qué tipo de cliente visita una zona
  - Conversión por tipo de producto: ¿Son los productos más visitados en la tienda los más vendidos?
  - Ticket de compra promedio: ¿Vendemos más cuando tenemos más clientes?
  - Comparativa de conversión: ¿Qué tienda convierte más? ¿Se corresponde con la que más visitas tiene? ¿Qué ratios de atracción tiene cada acceso?





## Beneficios

### **Mejora la eficiencia operativa y reduce los costes**

El conocimiento del comportamiento de los visitantes en el espacio permite organizar el personal necesario para atenderlo, ajustando el coste de los recursos y dimensionando correctamente los espacios para que los visitantes no sufran esperas innecesarias.

### **Optimiza el uso de la superficie del espacio**

Conocer el funcionamiento de las distintas zonas de los espacios, permite sacar el máximo partido a la superficie, aprovechando mejor las zonas de mayor impacto, eliminando zonas de sombra o ubicando las campañas de marketing en el lugar más adecuado.

### **Control de ocupación del espacio y gestión de colas**

Es posible controlar el número de ocupantes total del espacio y generar alertas cuando se supere el umbral. De esta manera, en cualquier momento se puede impedir el acceso al local o mandar a un empleado para atender a las personas y mejorar la experiencia.

### **Aumenta las tasas de conversión**

Determinar cuál es el perfil de cliente potencial con mayor capacidad de conversión o conocer qué acciones son las que provocan un mayor incremento en las ventas, son algunos de los indicadores clave que Indoor Insights puede ofrecer para diseñar una estrategia de marketing cada vez más efectiva.

### **Aumenta la satisfacción y fidelidad de los clientes.**

Al controlar el número de personas y los tiempos de espera en los puntos de pago se puede gestionar para que no haya esperas prolongadas.

Al conocer el perfil demográfico de los visitantes se puede mejorar el servicio con una propuesta comercial más adaptada a sus preferencias y necesidades particulares

Adaptar el product mix y el diseño del espacio para mejorar la experiencia de compra de los visitantes y reforzar la imagen de marca.





## Reason Why

Somos expertos en trasladar la experiencia digital de manera óptima para mejorar la experiencia del usuario.

Además, la plataforma Cloud-based permite operar desde cualquier lugar y con visión administradora para supervisar todos los puntos de manera centralizada.



## Sectores de aplicación

La solución de indoor insights se adapta a todas las empresas que tengan la necesidad de obtener información para tomar decisiones estratégicas que ayuden a mejorar su negocio. Banca, Seguros, Ocio, Turismo, Retail, Transportes, Industria, etc.

