

# FOCUS\_Ключевые КРІ управления



# WATCOM- ОСНОВАТЕЛЬ РЫНКА АНАЛИЗА ПОТОКОВ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

---

НА РЫНКЕ С 1999 ГОДА



## Внешние факторы:

1. Экономический спад
2. Снижение покупательской способности потребителя
3. Появление маркетплейсов, активное развитие on line торговли
4. Ввод в эксплуатацию новых объектов

## Внутренние факторы:

1. Регулярные запросы от арендаторов по снижению арендной ставки
2. Предоставление скидки арендатору, чтоб ОН не ушел, при полном отсутствии фактов.
3. Интуитивное, необоснованное принятие решение на счет размера скидки, чтоб он не ушел.
4. Отсутствие системного подхода к повышению арендных ставок, основываясь на данных траффика, оборотов арендаторов.
5. Занижение оборотов арендаторами, которые платят fix + % с оборота
6. Нет оценки ROI маркетинговых бюджетов. НЕ понятно какая акция и как отработала, какие эффективны, какие нет.
7. Отсутствие измеряемых KPI

## Следствие:

1. **Снижение выручки!**

# КОНЦЕПТ: ПРАВИЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПУТЕМ К ПОКУПКЕ ПОСЕТИТЕЛЯ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ



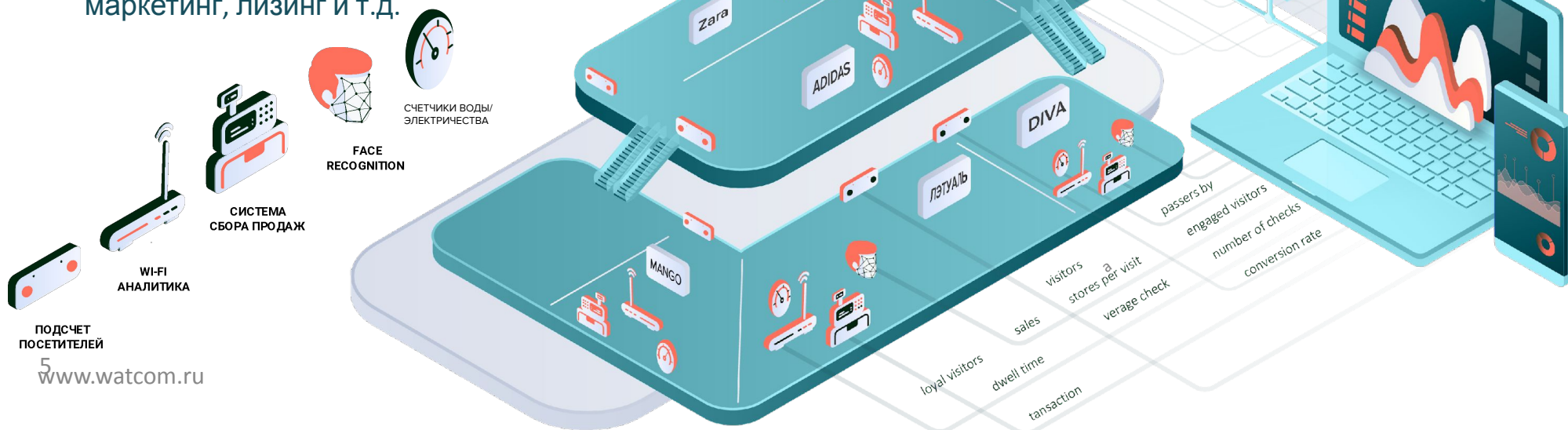
**ВЕРНУВШИЕСЯ (ЛОЯЛЬНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ)**

**ВЫ НЕ МОЖЕТЕ УПРАВЛЯТЬ ПУТЕМ ПОСЕТИТЕЛЯ К ПОКУПКЕ, НЕ ИЗМЕРЯЯ ЕГО!**



## FOCUS: ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА

- Focus состоит из двух частей. Первая часть - это система, которая собирает данные о движении и поведении покупателей в торговом центре: система подсчета посетителей, система сбора продаж, Wi-Fi аналитика. Также есть интеграция с дополнительными источниками информации.
- Вторая часть: web-и мобильные приложения, туда данные попадают через различные алгоритмы обработки
- Пользователи Focus видят готовые интерфейсы, которые помогают контролировать ситуацию на 360 градусов, выявлять проблемные точки, принимать решения для всех в своих функциональных областях: общее управление маркетинг, лизинг и т.д.



# FOCUS – ПОДСЧЕТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

## ЦЕЛЬ, ТЕХНОЛОГИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ

- Система позволяет собирать, агрегировать и визуализировать данные о посещаемости в web-интерфейсе
- Данные счётчика посетителей используются для расчета конверсий 1 и 2 (Слайд «Правильная модель управления путем к покупке посетителя в торговом центре»)
- Ключевые показатели, доступные для аналитики: количество посетителей, проходящие мимо



Xovis - швейцарская компания  
 Самая точная система подсчета посетителей в мире  
 Лидер в индустрии аэропортов-65 аэропортов по всему миру  
 100 000+ устройств по всему миру  
 Уникальная прошивка для Watcom

## ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ

- Мониторинг посещаемости торгового центра
- Определение "мертвых" и "проблемных" зон в торговом центре
- Идентификация «якорных» арендаторов, а также «якорей» на этаже, которые привлекают трафик
- Оценка посещаемости арендаторов в динамике для эффективной подготовки к переговорам
- Расчет коэффициента конверсии (торговый центр-этаж – посетители арендатора-покупатели)
- Выбор нужного времени для проведения эффективных маркетинговых мероприятий
- Оценка эффективности маркетинговых активностей

## ПРЕИМУЩЕСТВА

- Высокий уровень экспертизы (система разработана отраслевыми аналитиками)
- Точность данных более 98% (используются швейцарские технологии подсчета людей)
- Гарантированное поддержание качества данных за счет алгоритмов искусственного интеллекта
- Мобильность. Доступ с любого места через облачный интерфейс, или мобильное приложение



# FOCUS – СБОР ПРОДАЖ

## ЦЕЛЬ, ТЕХНОЛОГИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ

- Автоматизированный сбор, выгрузка и обработка продаж каждого арендатора в торговом центре
- Данные системы сбора продаж используются для расчета конверсии 3 (Слайд «Правильная модель управления путем к покупке посетителя в торговом центре»)
- Ключевые показатели: выручка, средний чек, время и дата транзакций, количество чеков, тип оплаты, сумма транзакций и др.



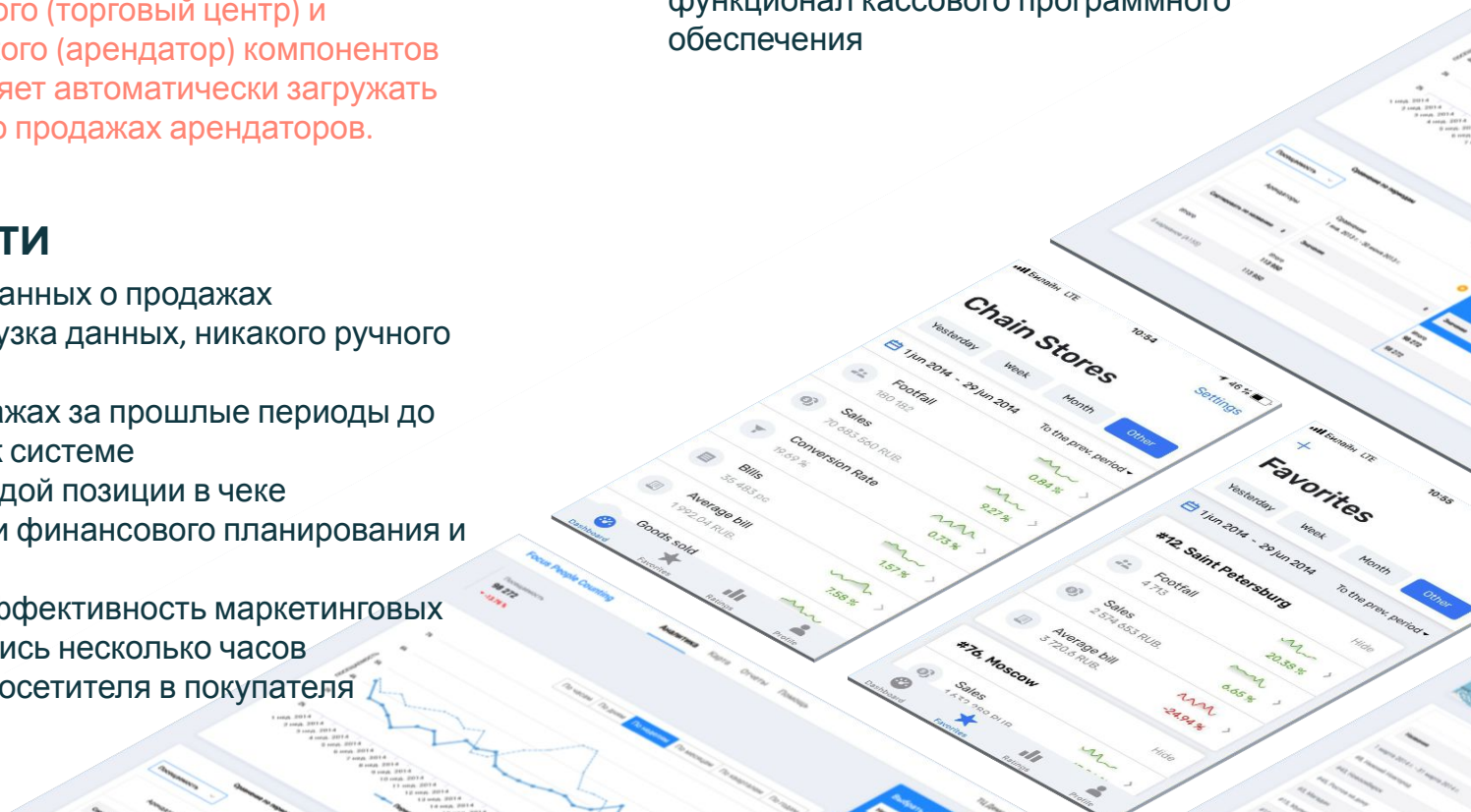
Система Sales Flow состоит из серверного (торговый центр) и клиентского (арендатор) компонентов и позволяет автоматически загружать данные о продажах арендаторов.

## ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ

- Ежедневный мониторинг данных о продажах
- Автоматизированная выгрузка данных, никакого ручного ввода
- Получение данных о продажах за прошлые периоды до подключения арендатора к системе
- Подробные данные до каждой позиции в чеке
- Повышение оперативности финансового планирования и анализа
- Возможность оценивать эффективность маркетинговых акций, даже если они длились несколько часов
- Коэффициент конверсии посетителя в покупателя

## ПРЕИМУЩЕСТВА

- Мы не требуем установки дополнительных устройств
- Мы не вмешиваемся в работу кассы, не увеличиваем время обслуживания клиента
- Мы предлагаем гибкие решения для арендаторов, основанные на индивидуальных схемах подключения
- Мы по максимуму используем штатный функционал кассового программного обеспечения





# FOCUS – WI-FI АНАЛИТИКА

## ЦЕЛЬ, ТЕХНОЛОГИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ

- Сбор данных о поведении людей с помощью отслеживания сигналов wi-fi модуля смартфонов.
- Запись посещений пользователей на основе MAC-адреса смартфона, силы сигнала, времени сигнала
- Мы можем рассчитать поведение офлайн посетителей аналогично аналитике Google
- Данные Wi-Fi аналитики используются для расчета конверсии 1 и 2 (Слайд «Правильная модель управления путем к покупке посетителя в торговом центре»)
- Ключевые показатели: частота, время нахождения, вовлеченные/ невовлеченные посетители, перекрестные посещения, уровень вовлеченности, частота посещений и т. д.



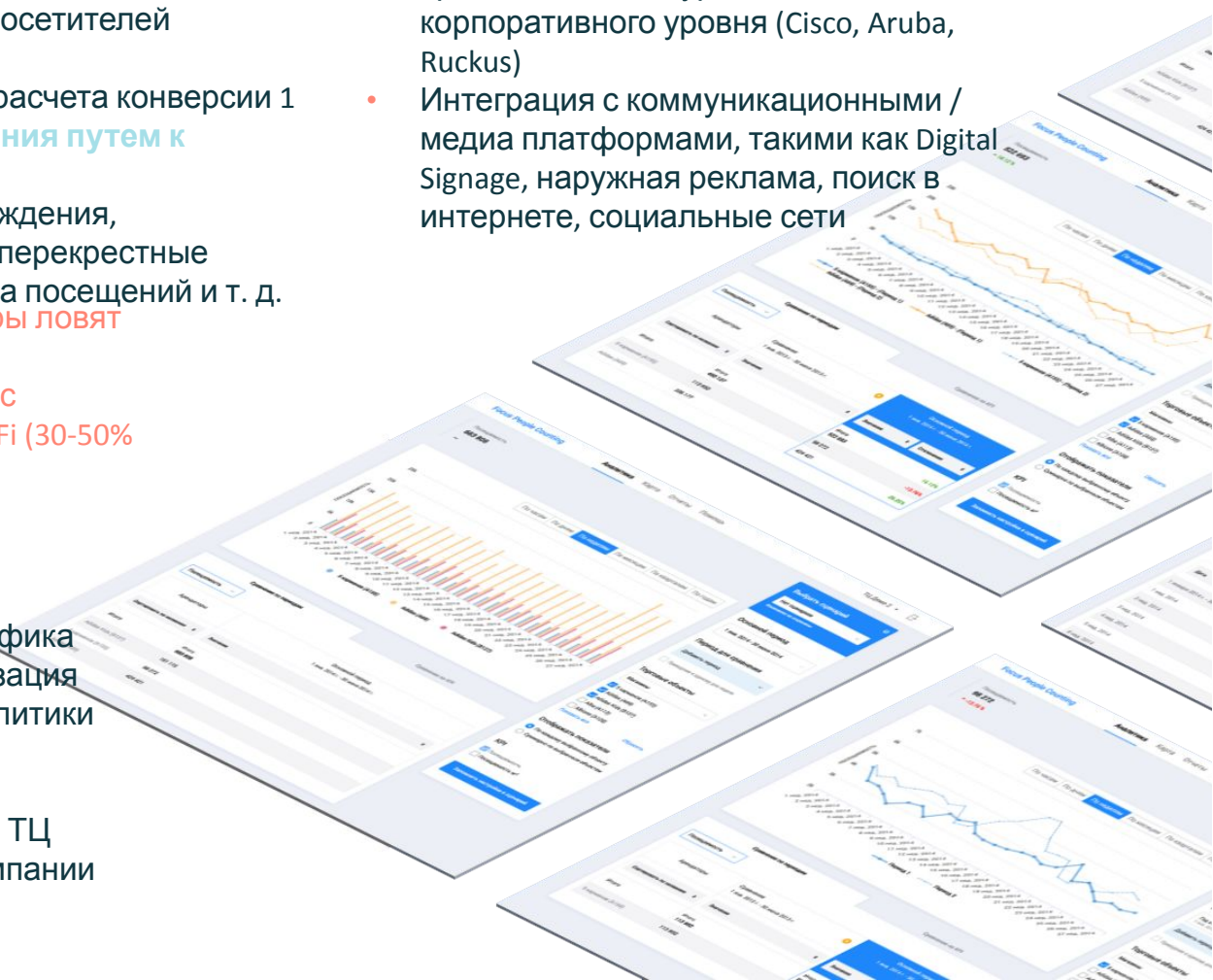
Специальные Wi-Fi роутеры ловят сигналы со смартфонов. Работает на смартфонах с включенным модулем Wi-Fi (30-50% устройств)

## ВАШИ ВОЗМОЖНОСТИ

- Сбор сигналов со смартфонов (не подключенных к сети wi-fi) и анализ трафика
- Социальная точка доступа Hotspot (авторизация через социальные сети) и обогащение аналитики социальными профилями посетителей
- Трекинг персонала торгового центра
- Indoor навигация в мобильном приложении ТЦ
- Оценка эффективности маркетинговой кампании

## ПРЕИМУЩЕСТВА

- 4 продукта на базе одной инфраструктуры
- Низкая стоимость владения по сравнению с конкурентами корпоративного уровня (Cisco, Aruba, Ruckus)
- Интеграция с коммуникационными / медиа платформами, такими как Digital Signage, наружная реклама, поиск в интернете, социальные сети





# ПРИЛОЖЕНИЯ FOCUS

Кастомизированные алгоритмы и интерфейсы для разных пользователей  
(маркетологов, продавцов, управляющих)



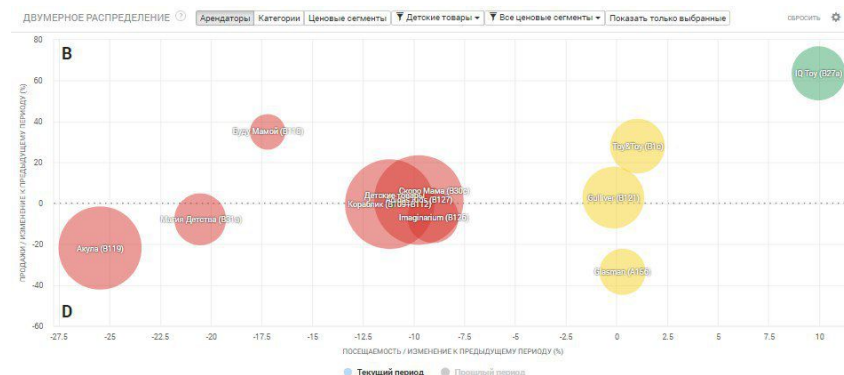
# FOCUS ДЛЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

- Оценка эффективности работы торгового центра в режиме реального времени

ГЦ ДЕМО 2. ПОСЕЩАЕМОСТЬ С 1 ИЮНЯ 2016 Г. ПО 30 ИЮНЯ 2016 Г.

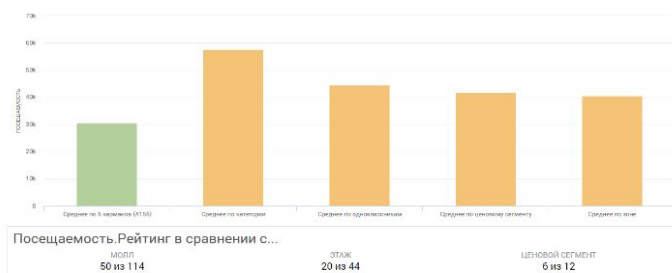
<b>ПОСЕЩАЕМОСТЬ</b> 444 102 ↑ +4,57 %	<b>ПОСЕЩАЕМОСТЬ М²</b> 0,08 чел./м² ↑ +4,57 %	<b>ПРОДАЖИ</b> 1 589 147 520 Р → +1,18 %
<b>ПРОДАЖИ М²</b> 286,33 руб. → +1,18 %	<b>ЧЕКИ</b> 897 726 ШТ. → +2,40 %	<b>СРЕДНИЙ ЧЕК</b> 1 770,19 Р → -1,19 %
<b>КОНВЕРСИЯ</b> 202,14 % → -2,08 %	<b>ТОВАРЫ</b> 2 022 547 ШТ. ↑ +3,60 %	<b>СРЕДНЯЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ</b> 52:08 → +0,00 %
<b>ДОЛЯ ЛОЯЛЬНЫХ</b> 16,66 % → -0,24 %	<b>ДОЛЯ ВОВЛЕЧЕННЫХ</b> 14,47 % → -1,12 %	<b>ДОЛЯ ЗАШЕДШИХ</b> 13,28 % → -1,17 %

- Фокусировка внимания на проблемных/успешных арендаторах/категориях/ценовых сегментах



- Комплексный анализ арендатора: выбор стратегии переговоров с арендатором

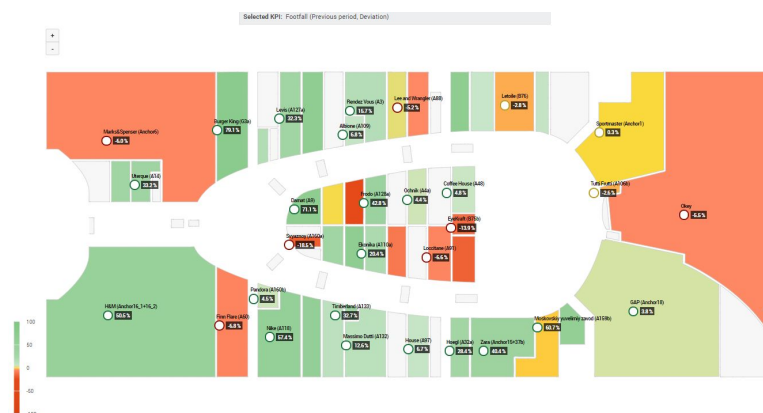
## 2 АРЕНДАТОР НА ФОНЕ РЕЗУЛЬТАТОВ КАТЕГОРИИ, ОДНОКЛАССНИКОВ

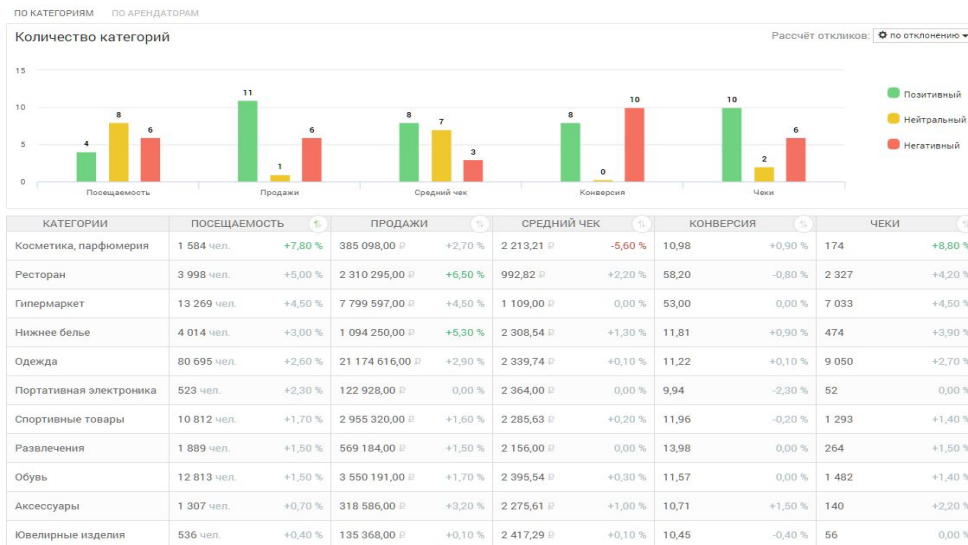
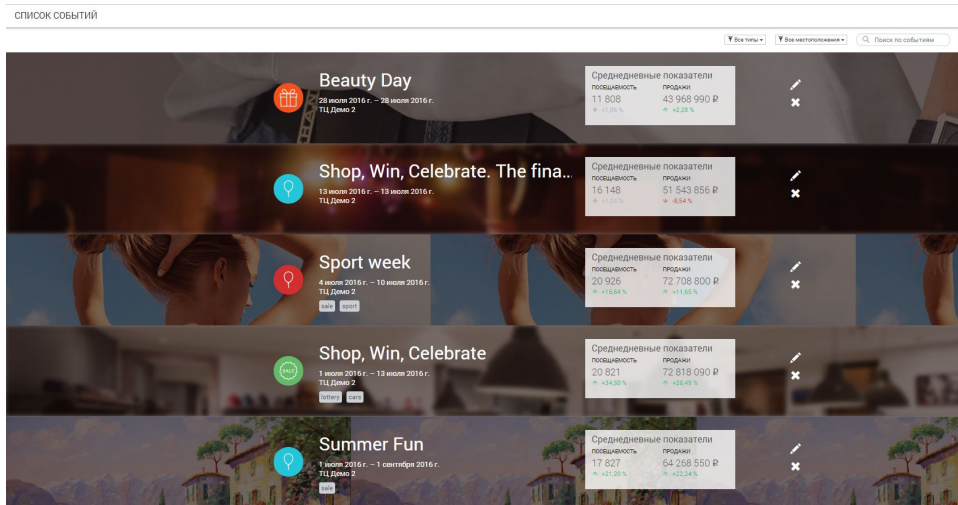


## 3 ДИНАМИКА АРЕНДАТОРА ПО СРАВНЕНИЮ С ОКРУЖЕНИЕМ

Арендатор	Посещаемость	Динамика
Арендатор	30 712 чел.	↑ 1 %
Категория	57 / 33,81 чел.	↑ 4 %
Одноклассники	44 / 64,96 чел.	↑ 1 %
Ценовой сегмент	41 / 63,91 чел.	↑ 4 %
Его зона	40 / 53,47 чел.	↑ 4 %

- Оценка влияния локации арендатора на его показатели

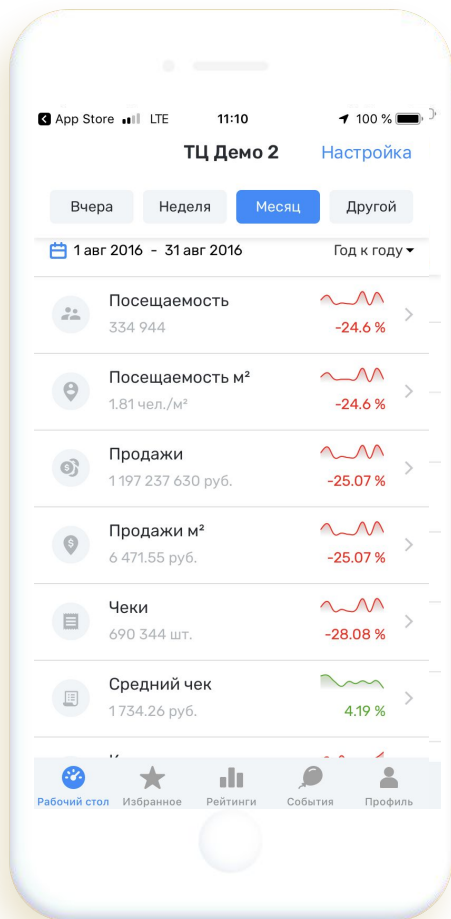




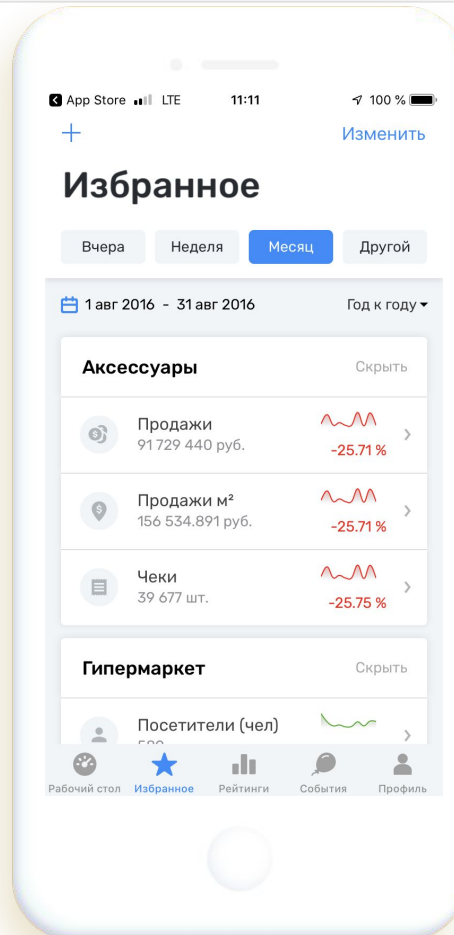
## ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО БЮДЖЕТА И ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ

- Быстрая оценка истории событий с короткими результатами каждой отдельной активности
- Создание маркетингового плана на основе исторического анализа
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий
- Влияние маркетингового мероприятия на ключевые показатели эффективности ТЦ
- Оценка отклика арендаторов/ категорий/ ценовых сегментов на мероприятие
- Анализ портрета посетителя, формат посещения
- Выбор времени для маркетингового мероприятия

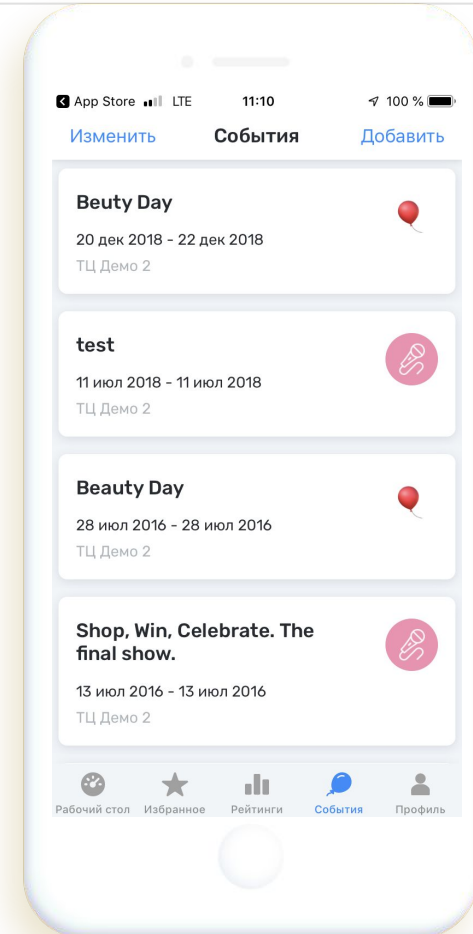




- КР1: контроль в режиме реального времени ситуации в ТЦ
- Определение лидеров и аусайдеров среди арендаторов
- Решение базовых задач без использования web интерфейса



- Создание дашборда для важных/ проблемных объектов
- Мониторинг результатов выбранных объектов в любое время



- Создание мероприятий и доступ к результатам в мобильном приложении
- Делитесь информацией о мероприятиях с коллегами ( чат-комнаты)



# ПРИМЕРНАЯ ПАНЕЛЬ КРІ

ПОСЕЩАЕМОСТЬ

268 361

↑ +14,47 %

ПОСЕЩАЕМОСТЬ М²

1,45 чел./м²

↑ +14,47 %

КОНВЕРСИЯ

181,57 %

↓ -4,59 %

ПРОДАЖИ

943 170 800 ₽

↑ +10,55 %

ПРОДАЖИ М²

5 098,22 ₽

↑ +10,55 %

СРЕДНИЙ ЧЕК

1 935,68 ₽

→ +1,22 %

СРЕДНЯЯ ЦЕНА ТОВАРА

864,83 ₽

↑ +1,46 %

СРЕДНЯЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

52:04

→ -0,27 %

ДОЛЯ ПОВТОРНЫХ

4,71 %

↓ -5,19 %

ДОЛЯ ВОВЛЕЧЁННЫХ

14,68 %

↑ +1,69 %

ДОЛЯ НЕВОВЛЕЧЁННЫХ

66,94 %

→ +0,00 %

Данные КРІ можно увидеть в разрезе каждого арендатора, определенной зоны.

## КЕЙС 1

### КОНТРОЛЬ ПРОДАЖ АРЕНДАТОРОВ

10% арендаторов в каждом торговом центре занижают свою выручку при предоставлении ежемесячных отчетов на 30-40%.

Один девелопер в России за счет внедрения автоматизированной системы сбора продаж, смог увеличить свою выручку на 9,9 млн. руб в месяц. **118, 8 млн руб.** в год.

< 1 года окупаемости

## КЕЙС 2

### АРЕНДНАЯ СТАВКА

Получение данных о продажах арендаторов на ежедневной основе позволяет ТЦ оперативно реагировать на изменения в структуре доходов арендаторов.

С данными о продажах арендатора и анализом доли арендной ставки в выручке арендатора (OCR), торговый центр может своевременно повышать арендную ставку, не влияя на бизнес арендатора, тем самым получая дополнительный доход: с уменьшением OCR торговый центр может увеличить фиксированную ставку и процент оборота.

Это может дать дополнительный доход в **5,8 млн руб.** в месяц (**64 млн. руб.** в год) в стандартном торговом центре с 100 арендаторами.

< 1 года окупаемости

## КЕЙС 3

### ДОСТУП АРЕНДАТОРА К СИСТЕМЕ FOCUS

Когда торговый центр устанавливает системы измерения посещаемости, поведения клиентов и продаж клиентов, он получает уникальные аналитические данные по каждому отдельному арендатору.

С установкой системы Focus, арендатор может осуществлять мониторинг, контроль и управление KPI своего магазина.

В среднем 80% из 200 арендаторов торгового центра хотят получить доступ к системе Focus, что дает дополнительный доход **31,6 млн. руб.** в год (средняя цена профиля арендатора в Focus составляет 13 тыс руб. в месяц)

< 1 года окупаемости





IMMOFINANZ  
GROUP



PPF Group N.V.

TASHIR group of companies

Morgan  
Stanley



ENKA

РосЕвро  
DEVELOPMENT

SRV

WAFI  
DEVELOPMENT

RENAISSANCE  
DEVELOPMENT

HALS  
DEVELOPMENT

CROCUS  
GROUP

TPS

CAPITAL  
GROUP™

ПАТЕРО  
ДЕВЕЛОПМЕНТ



**Седухина Ирина**  
**Руководитель**  
**регионального**  
**развития**



WATCOM: FOCUS НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ!