

Retail Marketing



Las nuevas tecnologías abren un campo de posibilidades de cara al estudio de los mercados, el análisis de los hábitos de compra, la monitorización de movilidad de personas en espacios comerciales...

Una potente herramienta que supera a las medidas alternativas.



Sistemas de reconocimiento y tracking pueden ser fácilmente implementados para proporcionar una poderosa herramienta de sondeo, que permite analizar las actividades sin intervenir en ellas, así como desglosar fiablemente la afluencia de público en datos estadísticos por categorías de sexo, edad... etc.

Movilidad de personas



Analizando el tránsito que se produce en un espacio es posible identificar las áreas "calientes" y "frías" del mismo, adoptar las medidas necesarias y medir la efectividad de las mismas después.

Seguimiento



Esta tecnología permite asimismo realizar rastreo de individuos y objetos, posibilitando análisis detallados y acciones de marketing mejor centradas en la audiencia que se desea alcanzar.

Datos objetivos



Una medición que no interfiere con las actividades a estudiar presenta evidentes ventajas sobre los sistemas tradicionales de sondeo, que inevitablemente arrojaban resultados sesgados.