ANALÍTICA DE VÍDEO COM IA

+10% de conversão, com 30 vezes menos investimento

Como um grupo de shopping centers transformou suas câmeras de segurança em dados de captação e conversão para 100% de seus lojistas.



SETOR
Shopping centers

ÁREA
Gestão comercial

ALCANCE
100% dos lojistas

HARDWARE NOVO
Nenhum

O shopping tinha câmeras por toda parte e, mesmo assim, não sabia por onde os visitantes circulavam.

As câmeras eram usadas apenas para segurança. Sem dados de fluxo por corredor e por área, a relação com os lojistas se apoiava em percepções, não em evidências.

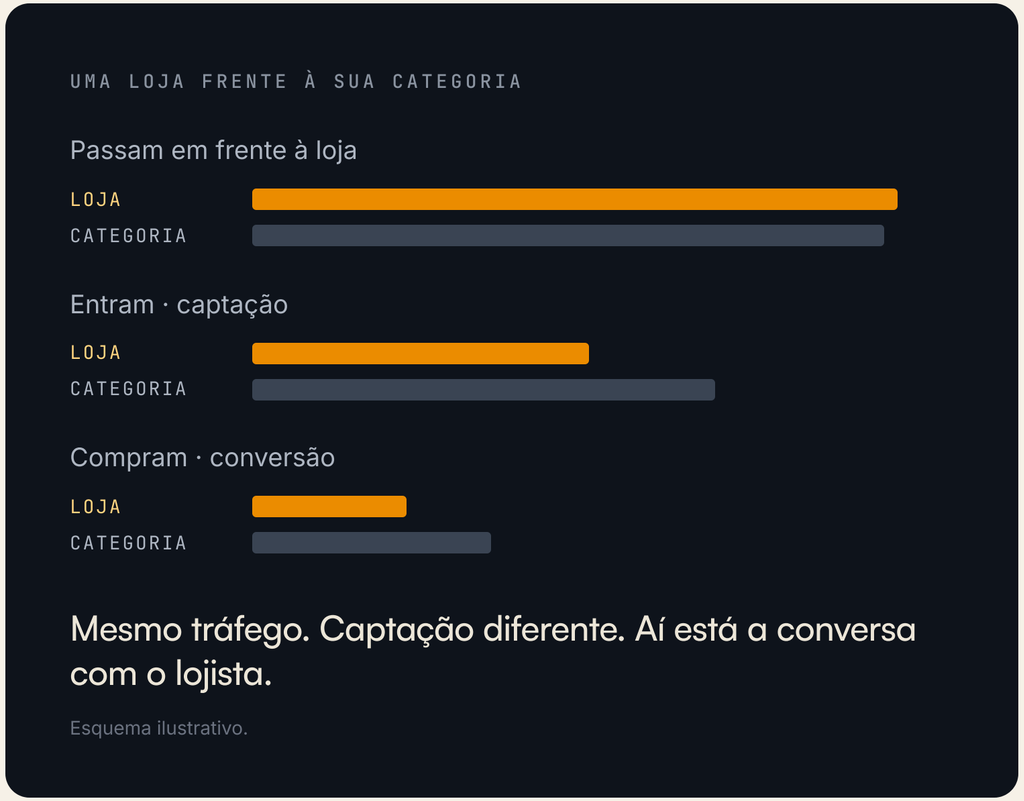
> "Tínhamos um excelente sistema de câmeras de segurança e a KSI nos permitiu expandir sua utilidade para outros propósitos."
>
> GERENTE DE TECNOLOGIA DO GRUPO



O problema nunca foi a falta de público

Com a reidentificação anônima da KSI, o shopping passou a conhecer acessos, trajetos, permanência, áreas visitadas e a captação e conversão de cada loja.

O dado mostrou o que ninguém podia provar: quantas pessoas passavam em frente a cada loja, e quantas ela captava em relação a lojas comparáveis.



Três serviços para cada lojista

Sobre a medição de captação e conversão de cada loja, o shopping configurou três serviços.

01

Sugestões automáticas

Relatórios para cada lojista, com oportunidades concretas de melhoria.

02

Plataforma aberta

Acesso para todos os lojistas avaliarem suas próprias campanhas.

03

Trajetórias do visitante

Para entender a demanda real de serviços do shopping.

A chave foi a comparação por categoria: não se pede ao lojista que venda mais, mostra-se a ele como capta e converte frente a lojas equivalentes.

5—10%

Mais conversão nas lojas que usam a plataforma.

100%

Lojistas com sugestões automáticas e proativas.

35%

Lojistas que revisam seus indicadores toda semana.

30x

Menos investimento que sensores de contagem tradicionais.

"Ao comparar lojas por categorias, pudemos oferecer sugestões automatizadas concretas para aumentar a capacidade de suas lojas de vender ou atrair clientes."

GERENTE DE TECNOLOGIA DO GRUPO

O PONTO

Um shopping não vende: aluga metros a quem vende. Seu ativo mais defensável não é o tráfego, mas a evidência desse tráfego.

Esse dado sustenta a negociação do aluguel, justifica o valor do metro quadrado e transforma o shopping em um parceiro que agrega gestão, não apenas espaço.

KSI

Você sabe o que está acontecendo dentro do seu shopping?

Em 30 minutos, mostramos isso em um contexto comparável.

Solicitar minha demo