

MERCHANDISING IR

! PROBLEMY

- Trudności z weryfikacją i utrzymaniem standardów ekspozycji w punktach sprzedaży.
- Zbyt długi czas wizyty, którą przedstawiciel poświęca na weryfikację standardów merchandisingowych, w szczególności na sprawdzanie dostępności, ekspozycji produktów i poprawności cen.
- Trudności w ocenie udziałów półkowych i wielkości kategorii.
- Brak wiarygodnych danych o realizacji standardów ekspozycyjnych i dostępności w określonych sklepach / aptekach.
- Brak materiału dowodowego do rozliczeń z detalistami.



ROZWIĄZANIE

Merchandising IR – badanie ekspozycji z wykorzystaniem technologii rozpoznawania obrazu (Image Recognition). Wystarczy, że przedstawiciel w trakcie wizyty wykona zdjęcie sklepowej półki. System automatycznie przeanalizuje je w chmurze, rozpoznając produkty, które znajdują się na półce. Użyta w tym procesie technologia opiera się na min. zastosowaniu sieci neuronowej, która „ucząc” się rozpoznawać zdefiniowane wcześniej produkty może osiągnąć ponad **98% skuteczność**.

Merchandising IR pozwala na badanie następujących parametrów:

Standards – badanie realizacji standardów merchandisingowych:

- weryfikacja ustalonych standardów merchandisingowych lub planogramów.

OSA (On-Shelf Availability) – dostępność produktów na półce:

- automatyczna kontrola dostępności asortymentu w PoS,

Shelf share by brands – udział półkowy według marki:

- automatyczna ocena rozmiaru kategorii,
- obliczenie udziału marki w półce / kategorii.

TPR recognition – rozpoznawanie metek cenowych:

- weryfikacja liczby aptek/sklepów (lokalizacji) z metkami promocyjnymi na ekspozycji,
- rozpoznawanie ceny.

Wyniki badania Merchandising IR dostępne są w wygodnym raporcie na platformie analitycznej Biqsens. Raport jest połączony z galerią zdjęć, w której dostępne są fotografie z przeprowadzonych badań ekspozycji. Pozwala to zestawić wszystkie potrzebne dane w jednym miejscu, dostarczając wiedzy o obszarach wymagających poprawy.



KORZYŚCI

- Znaczne skrócenie czasu wizyty.
- Dostęp do wiarygodnych, potwierdzonych zdjęciami danych dotyczących realizacji standardów ekspozycji i dostępności produktów.
- Wiedza o faktycznym stanie realizacji standardów merchandisingowych i możliwość zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy.
- Wiarygodna podstawa do oceny realizacji standardów merchandisingowych.
- Poprawa ekspozycji i dostępności produktów, a co za tym idzie – wpływ na decyzje zakupowe klientów i zwiększenie sprzedaży.
- Podstawa do rozliczeń finansowych w zakresie realizacji umownych ustaleń merchandisingowych w punkcie lub sieci.



**ZAPRASZAMY
DO KONTAKTU:**

marketing@sagra.pl
+48 601 200 444