

Kundenverhalten

- **Erkenntnisse** darüber, welche weiteren Geschäfte die Kunden vor und nach dem Besuch bei Ihnen aufsuchen
- **Analyse der Wege**, die bei Ihren Kunden **zum Kauf** führen. Auf dieser Grundlage können Sie Ihr Einrichtungskonzept optimieren und Ihren Gewinn pro Quadratmeter steigern
- Regere Kundeninteraktionen und Analyse von Besucherfrequenzdaten, um nachzuvollziehen, welche Verhaltensweisen **Neukunden dazu** bewegen, **immer** wiederzukommen
- Die Kennzahlen „Wege zum Kauf“ und „**Verweilzeit**“, um den Warenmix und die Präsentation von Aktionsware, Planogramme und das Sortiment zu optimieren
- Analyse des **optimalen ROI** aus **Marketingaktivitäten**, indem das Kaufverhalten in der Filiale mit Kampagnenergebnissen verknüpft wird
- Messung der Fahrzeuge, die Ihren Parkraum über den Tag hinweg **befahren und verlassen**, und wie sie sich darin bewegen

