

# ショッパージャーニー (顧客が購入するまでの過程) 店内と店外の情報

## ショッパーモビリティ

- ブランドレベルのビジット (来店) データ
- 来店する前に買物客がどこに行き、店を去った後にどこに行くのかを把握
- 郵便番号レベルの詳細なカテゴリで来店客をベンチマーク分析
- 不可欠な来店か、機械的か、または衝動的な来店か



## 車両計測

- 駐車場の状況を把握して、施設のアメニティを向上し、駐車場の開発計画を作成
- 施設駐車場のトレンドを評価し、車両の移動パターンを戦略化してフローを最適化
- 駐車パターンを評価し、ゾーンのメンテナンスとセキュリティスタッフを最適化



## ショッパーエンゲージメント

- 興味深い車両情報を利用してアクセスを促す
- データに基づき顧客のペルソナを構築する
- 対象デモグラフィックに対するメッセージ効果を評価する
- パッケージブランド (CPG) パートナー向けの「media-as-a-store」(メディアとしての店舗) プラットフォームを形成する

### 商品棚の見える化

### スタッフのエンゲージメント

### 顧客の行動

### ショッパーエンゲージメント

## スタッフのエンゲージメント

- スタッフが顧客とエンゲージする時間を測定
- スタッフが接客に費やす時間

## 顧客の行動

- 施設全体に一貫した顧客体験を提供
- 新店舗のレイアウトの最適化
- マーケティングキャンペーン効果の評価
- 実験的な施策の ROI 評価