

# СПИ МегаКаунт: подсчет посетителей

## Подсчет посетителей и время работы магазина

Объем посетителей посетивший торговую точку за день, прямо связан с графиком рабочего дня магазина или бутика, или даже всей торговой сети в целом. Поэтому для достижения максимального трафика посетителей необходимо правильно выбрать время открытия и закрытия, а так же время на обеденный перерыв.

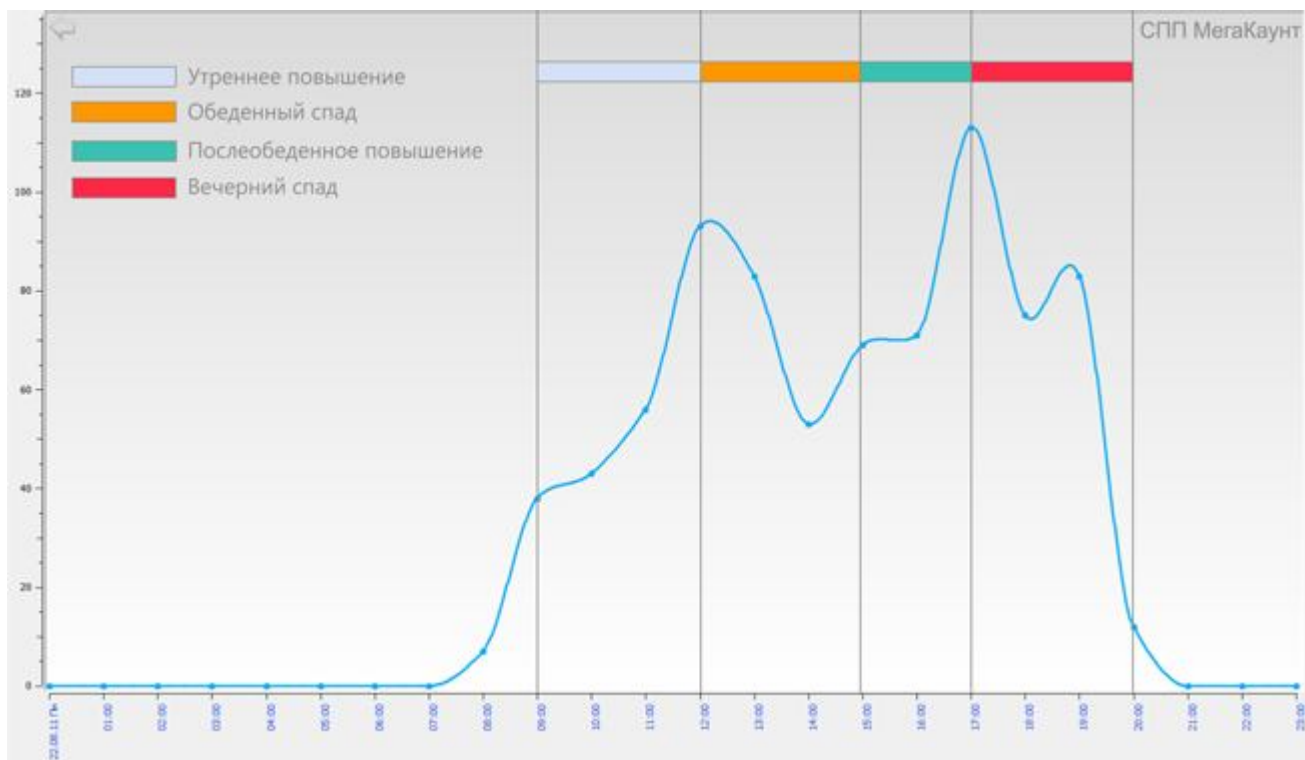
Во многом время работы зависит от целевой аудитории, маркетологи или владельцы примерно оценивают целевую аудиторию и выставляют среднее время работы, обычно это с 10 утра до 19 часов вечера, когда посетители совершают свои покупки. А что фактически происходит с трафиком в эти граничные часы утра и вечера они даже не предполагают, может быть пик приходится на 9 утра и покупки могут продолжаться до 22 часов вечера.

Утро – время открытия, обычно для всех розничных сетей трафик плавно увеличивается к обеденному времени, пока посетители просыпаются и собираются за нужной покупкой

Перерыв на обед – не желателен вообще для торговых точек, даже если перерыв будет на один час, ретейлер может потерять посетителей за 3 часа. Почему? Допустим, магазин закрывается на обед с часу дня до двух часов. Те посетители, которые были готовы посетить магазин для покупки в полдень, просто откажутся посещать магазин, думая, что не успеют совершить покупку до обеденного времени, это минус час. Те посетители, которые были готовы посетить магазин после двух, психологически будут ждать времени окончания обеда и потом только собираться за покупкой, добираясь до дверей уже к трем часам дня, это минус еще один час. Важно чтобы посетитель знал, что может всегда свободно прийти в магазин или в бутик, и что он при этом будет открытый

Вечер – время закрытия магазина очень спорная и граничная точка, от которой в основном зависит весь вечерний трафик.

## СПП МегаКаунт: подсчет посетителей



Отследить посещаемость в эти граничные точки помогает такой инструмент как система подсчета посетителей на основе горизонтальных счетчиков. Система представляет собой сами счетчики сенсоры закрепляемые на входную группу и мощное программное обеспечение с выводом всей аналитики и расчетов. Именно система подсчета может предоставить информацию о том, во сколько надо открывать магазин и во сколько делать закрытие, чтобы не потерять драгоценных посетителей, маркетологи могут постепенно отодвигать время закрытия магазина и по диаграмме дневной посещаемости смотреть, насколько при этом повышается прирост трафика, зачем терять драгоценных покупателей