



Age: 34
Gender: female
Emotion: happy
Attention: 7,3 s
Distance: 3,5 m

Age: 35
Gender: male
Emotion: happy
Attention: 6,5 s
Distance: 3,2 m

Age: 8
Gender: male
Emotion: angry
Attention: 3 s
Distance: 3,3 m

KNOW YOUR CUSTOMERS. OFFLINE.



ÜBER UNS

Als Hardware- und Datenlieferant für Marktforschung und die Out-of-Home-Media-Branche macht Pyramics Marketingeffolg messbar. Dafür entwickelten wir den intelligenten, optischen Sensor *PySense*. Er liefert anonymisierte Daten (Metadaten) über das Kaufverhalten von Kunden am Point of Sale und deren Interesse an Werbeflächen. Nutzen Sie diese Informationen zur nachhaltigen Optimierung Ihrer Marketing-Strategie!

PYREPORT



Grundlage für bessere Marketingentscheidungen sind die richtigen Kennzahlen und leicht verständliche Analysen. Beides liefert die intuitiv bedienbare Online-Analyseplattform *Pyreport*. Das individualisierbare Dashboard zeigt die wichtigsten Informationen über Kundenströme und Werbeflächenkontakte auf einen Blick. Für detailliertere Auswertungen stehen vorgefertigte Analysemodule zur Verfügung. Zusätzlich können individuelle Analysen spielend leicht per Drag-and-Drop erstellt werden. Alternativ bietet Pyramics Schnittstellen zur Integration der Rohdaten in bereits bestehende Systeme und zusätzlich wöchentliche PDF-Reports.

PYSENSE

Das Herzstück unseres Services ist *Pysense*, ein optischer Sensor zur Erfassung anonymer Daten über Alter, Geschlecht, Werbeinteraktionen und Emotionen. Er verbindet modernste System-on-a-Module Technik mit der SHORE-Bibliothek des Fraunhofer Instituts, der weltweit führenden Software zur Analyse von Gesichtern. Diese Kombination ermöglicht die rechenaufwändige Auswertung biometrischer Merkmale auf einem extrem kleinen Endgerät in Konformität mit den aktuellen Datenschutzbestimmungen.

Technische Daten:

Kamera:	Basler dart daA2500-14uc
Prozessor:	QuadCore Krait 450 CPU bis 2.7 Ghz
Drahtlose Technologien:	WLAN; Bluetooth; UMTS/LTE (externes Modem)
Externe Schnittstellen:	MicroUSB 2.0; MicroHDMI; SD Kartenslot
Maße ohne Linse (BxHxT):	34mm x 105mm x 26mm
Stromversorgung:	230V / PoE (Power-over-Ethernet)



VERFÜGBARE METRIKEN



Passantenverkehr

Anzahl der Personen, die eine Werbefläche oder ein Geschäft passieren.



Betrachter- und Besucherzahlen

Anzahl der Personen, die eine Werbefläche betrachten oder ein Geschäft betreten.



Abschöpfungsquote

Je nach Anwendung der Betrachteranteil am Passantenverkehr oder der Käuferanteil der Ladenbesucher.



Geschlecht

Ermittlung des Geschlechts der Betrachter und Besucher.



Alter

Ermittlung des Alters der Betrachter und Besucher.



Aufenthaltsdauer

Zeit, die eine Person im Erfassungsbereich des Sensors verbringt.



Blickkontakte

Dauer und Häufigkeit, mit der Personen einem Werbeträger das Gesicht zuwenden.



Emotionen

Unterscheidung zwischen den gezeigten Emotionen: Lachen, Erstaunen, Wut oder Traurigkeit.

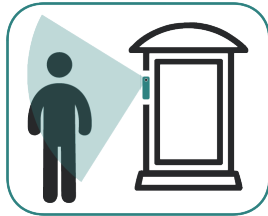


Position

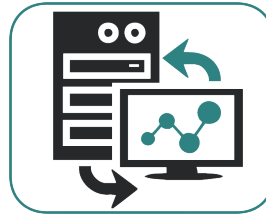
Räumliche Position von erkannten Personen zum Sensor.

FUNKTIONSWEISE

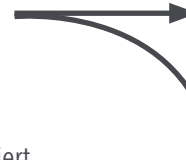
Die anonymen Meta-Daten werden
via mobiler Datenverbindung an
unsere Server gesendet.



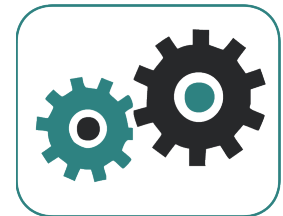
Pysense Sensoren an Werbeflächen
oder in Geschäften ermitteln Alter,
Geschlecht, Emotionen und Blick-
dauer von Personen im Erfassungs-
bereich.



Pyramics verarbeitet und analysiert
die ankommenden Daten aller
Sensoren.

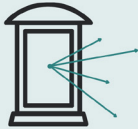


Die Online-Analyseplattform *Pyre-
port* ermöglicht einen einfachen und
sicheren Zugriff auf die Daten.



Zusätzlich bietet Pyramics zahlreiche
Schnittstellen zur Integration der
Daten in vorhandene Software-
lösungen.

PYRAMICS MISST IHREN VERTRIEBSERFOLG ENTLANG DES SALES FUNNELS!



Messung der Werbereichweite

Pyramics ermittelt, wie viele Personen ein Geschäft oder eine Außenwerbung passieren und wie viele von ihnen die Werbeflächen betrachten.



Wirkungsmessung an Schaufenstern und Werbeflächen

Pyramics untersucht anhand von Betrachtungsdauer und gezeigten Emotionen die Aufmerksamkeit, die Werbung bei verschiedenen Zielgruppen erregt.



Demografische Besucherzählung

Sensoren im Eingangsbereich liefern Informationen darüber, wann verschiedene Zielgruppen, nach Alter und Geschlecht, ein Geschäft besuchen.



Demografische Kassendatenanalyse

Die gemeinsame Auswertung von Sensor- und Kassendaten liefert Rückschlüsse über das Kaufverhalten unterschiedlicher Zielgruppen.

Out-of-Home Media

Pysense eignet sich besonders zur **Reichweiten-** und **Wirkungsmessung** von Außenwerbung. Der Sensor kann extern an Werbeträgern angebracht oder langfristig in den Trägerrahmen integriert werden. Die automatische Erfassung ermöglicht eine durchgängige Messung ohne Hochrechnungsfehler und berücksichtigt zeitliche Schwankungen.

Pysense erkennt sowohl frontale Gesichter als auch Gesichter im Profil. Bei Personen, die dem Sensor das Gesicht zuwenden, erfolgt eine Abschätzung über Alter und Geschlecht. So können Werbetreibende gezielt Flächen anmieten, die von bestimmten Zielgruppen frequentiert werden. Zusätzlich liefern die Dauer der Blickkontakte und die gezeigten Emotionen der Betrachter qualitative Rückschlüsse über die Wirkung der Werbung.

Einzelhandel

Pyramics bietet zahlreiche Möglichkeiten zur **Kaufverhaltensanalyse** im Einzelhandel.

Der Vergleich demografischer Besucherzahlen mit Daten aus der **Werbewirkungsmessung** zeigt, ob die Werbung die richtigen Zielgruppen erreicht oder optimiert werden muss. Die **Auswertung von Kassendaten** unter Berücksichtigung von Alter und Geschlecht identifiziert umsatzstarke Kundengruppen und liefert kundengruppenspezifische Abschöpfungsquoten. So kann das In-Store Marketing gezielt auf die vertretenen Kunden angepasst werden. Zusätzlich liefern *Pysense* Sensoren an digitalen Displays oder im Schaufenster Erkenntnisse über den Werbeerfolg der gezeigten Spots oder der Schaufenstergestaltung.

Messen

Der **Erfolg von Messen** ist für Aussteller kaum zu ermitteln, da Informationen über die Personen, die einen Messestand gesehen und tatsächlich besucht haben, fehlen.

Pysense Sensoren lösen dieses Problem. Sie erkennen Passanten, die vorübergehen und unterscheiden betrachtende und nicht betrachtende Personen. Bei Betrachtern stehen Informationen über die Dauer der Blickkontakte, das Alter, das Geschlecht und die gezeigten Emotionen zur Verfügung. Anhand der Aufenthaltsdauer im Erfassungsbereich der Sensoren lässt sich ermitteln, welche Produktparte oder welche Informationen des Ausstellers für die Messebesucher besonders interessant waren.

Datenschutz

Pyramics legt besonderen Wert auf den Schutz der Privatsphäre von Verbrauchern. Daher wurde *Pysense* nach dem „Privacy-by-Design“ Konzept entwickelt. Die Auswertung der erfassten Bilder erfolgt vollständig integriert im Sensor. Es findet keine Übertragung oder Speicherung der auszuwertenden Bilder statt. Damit erfüllt *Pysense* sämtliche deutschen und europäischen Datenschutzbestimmungen und kann selbst im öffentlichen Raum bedenkenlos eingesetzt werden.

Kontakt

Tel.: +49 (0) 30 2084797 - 50
Fax: +49 (0) 30 2084797 - 59
eMail: kontakt@pyramics.com
Web: www.pyramics.com

Bismarckstraße 10 - 12
10625 Berlin

Wissenschaftliche Partner



Fraunhofer
IIS



Prof. Dr. Alexander Löser
Beuth Hochschule für
Technik Berlin

