

Künstliche Intelligenz in der Vertriebssteuerung

27.11.2019, 15:37 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *POSpulse*

Presseagentur: *PickMeUp Communications*



POSpulse Image Recognition: Die POSpulse Shopper-Community nutzt die Bilderkennungssoftware.

Wie die Kombination von Crowdsourcing und Bilderkennung den Außendienst entlastet

Schon seit 2014 nutzt POSpulse Crowdsourcing als effektives und kostensparendes Tool, um KPIs am POS zu überprüfen. Die im September verabschiedete Kooperation mit den Softwareexperten für Bilderkennung von Vispera eröffnet neue Möglichkeiten der Datengenerierung durch die Kombination von Crowdsourcing und künstlicher Intelligenz.

Mit einem stetig kleiner werdenden Außendienst stehen viele Unternehmen vor der Herausforderung, diesen so zeiteffizient wie möglich einzusetzen. Ein nicht zu unterschätzender Teil der Kapazitäten muss dabei für die Datenerhebung im Handel und die entsprechende Dokumentation eingesetzt werden. Kennzahlen wie Out of Stock, Share of Shelf, Facings, Preise, Promotion Displays und Planogramm Compliance sind für die Arbeit des Vertriebs unabdingbar, ihre händische Erfassung ist jedoch zeitaufwendig. Denn selbst wenn der Außendienst die Erhebung nicht persönlich vor Ort vornimmt, sondern durch Crowdsourcing Bilder vom Point of Sale (POS) generiert, bindet die Übertragung in Listen und Tabellen interne Ressourcen. Zehn bis 20 Minuten dauert es im Schnitt, um manuell Daten aus einem Bild in eine Tabelle zu übertragen.

Der deutsche Crowdsourcing-Marktführer POSpulse bietet durch die Kooperation mit Vispera eine Lösung für das Problem. Vispera ist Technologieführer im Bereich KPI-Erfassung via Bilderkennung mit Sitz in der Türkei. Über eine technische Integration haben die beiden Firmen gemeinsam einen Ansatz entwickelt, der es ihnen ermöglicht, selbst komplexe Warengruppen mit einer großen Anzahl Stock Keeping Units (SKU) nach definierten Key Performance

Indicators (KPI) zu analysieren. Hierzu erfasst die POSpulse-Community über die eigene Streetspotr-App die jeweiligen Warengruppen mit Bildaufnahmen. Diese werden über eine Schnittstelle unmittelbar von der Vispera Bilderkennung-Engine ausgewertet und an POSpulse zurückgespielt. Dort werden die Ergebnisse visualisiert und sind so für den Auftraggeber nahezu in Echtzeit vom Dashboard abrufbar.

Produktcheck mithilfe von Shopper-Community und Image Recognition

Bereits seit 2018 arbeitet das Berliner Marktforschungsunternehmen mit dem türkischen Softwareentwickler zusammen. Seit September 2019 ist die Kooperation offiziell. Dominic Blank, Gründer und CEO von POSpulse: „Dank unserer Kooperation können wir unseren Kunden nicht nur Antworten auf ihre Fragen durch den Einsatz unserer Community von über 800.000 realen Endkunden liefern, sondern Regalsituationen auch schnell aus generierten Bildern als vertriebsrelevante Daten aufbereiten.“ Durch GPS und eine Geo-Fencing-Funktion benachrichtigt POSpulse Mitglieder der Community automatisch per App, wenn sie sich am Point of Sale befinden. Bilderkennung, Validierung und Kennzahlverrechnung erfolgen im selben Tool und liefern so über eine intuitiv verständliche Darstellung schnell verfügbare Antworten auf Fragestellungen zum POS. Die Bilderkennungssoftware arbeitet dabei mit einer Datengenauigkeit bis zu 99 Prozent, sobald die Algorithmen ausreichend „geschult“ sind. Diese Lernphase des Systems beträgt etwa zwei Wochen.

Erfolgreich eingesetzt hat POSpulse das System unter anderem bereits bei einem international tätigen Tabak-Unternehmen, das nach einer günstigeren Lösung zur Überprüfung von Zigarettenautomaten deutschlandweit gesucht hat. Der Einsatz einer Außendienstagentur verbrauchte aus der Sicht dieses Kunden zu viele finanzielle Ressourcen. „Mithilfe unserer Community und der Bilderkennungssoftware unseres Kooperationspartners konnten wir für den Kunden einen zeit- und kosteneffizienteren Produktcheck durchführen. So war es möglich, in einem standardisierten KPI-Reporting relevante Fragen nach Marktanteil und Distribution zu beantworten und zu einer effizienteren Außendienststeuerung beizutragen. Auf Basis der Ergebnisse konnten außerdem die Jahresgespräche mit den Betreibern von Zigarettenautomaten vorbereitet werden“, so Blank.

Portrait

Über POSpulse:

POSpulse ist ein crowd-basiertes Marktforschungsunternehmen in Berlin, das Herstellern, Händlern und Service-Anbietern zu einer besseren Vermarktung ihrer Produkte und Services verhilft. Mittels einer Community von mehr als 800.000 aktiven Konsumenten europaweit sorgt POSpulse dafür, dass die Firmen sehr schnell Antworten auf ihre Fragen bekommen. Über die prämierte App Streetspotr werden spezifische Fragestellungen direkt am POS, Out of Home oder von zu Hause aus beantwortet. So erhalten Vertrieb und Marketing die generierten Antworten in geprüfter Datenqualität in Echtzeit, was schnelles Handeln auf Basis fundierter Entscheidungen ermöglicht. Zu den Kunden gehören u. a. Mondelez International, Mars Petcare, Melitta und Vodafone. Mehr Informationen gibt es unter: www.pospulse.com.