



Marka

The Company



Problem

The Challenge

Brewmood, kâğıt menü panoları kullanıyordu. Bu nedenle hem yeni ürünlerini sergilemede hem de fiyatlarını güncellemede esnek değillerdi. Bunun yanı sıra içeriklerinin gücünü anlayamadılar ve pazarlama ekiplerine güvenilir geri bildirim veremediler. Ayrıca her kafenin farklı bir kitle/müşteri segmentasyonu olduğunu biliyorlardı, ancak dükkanlarındaki teknoloji eksikliğinden dolayı bunu gözlemleyemiyorlardı.

Brewmood was using paper-based menu boards. Therefore, they were not flexible both in displaying their new products and updating their prices. Besides that, they were not able to understand the power of their content and could not give reliable feedback to their marketing team. They also knew that every coffee shop has a different audience/customer segmentation, but they were unable to sense it due to lack of technology in their shops.

Çözüm

The Solution

Octopus, projeye ana ürünü olan Octopus Digital Signage ile başlayarak Brewmood menü panolarına esneklik getirdi. Bunun yardımıyla Brewmood, tek bir konumun yanı sıra diğer tüm mağazalarında da menü panolarını kolaylıkla yönetebildi. Ayrıca, Octopus Video Analytics hizmeti sayesinde, konum, yaş ve cinsiyet gibi demografik özelliklere göre hangi Brewmood ürününün daha fazla ilgi gördüğünü anlamaya başladılar. Toplanan verileri inceledikten sonra Octopus Koşullu İçerik yardımıyla ilgili müşteri grubunu hedefleyerek farklı lokasyonlarda farklı ürünlerin tanıtımını yapmayı başardılar.

Octopus brings flexibility to Brewmood menu boards by starting the project with its main product, which is Octopus Digital Signage. With the help of this, Brewmood was able to manage their menu boards with ease based on their single location as well as all their other shops. Also, they started to understand which Brewmood product gets the most attraction based on location and demographics like age and gender through the Octopus Video Analytics service. After reviewing the data collected, they have managed to promote different products at different locations, targeting the related customer group with the help of Octopus Conditioned Content.

Sonuç

Results Obtained

Brewmood, her bir dükkanı için müşterilerinin beğenileri ve ihtiyaçları hakkında daha fazla bilgi edindi. Sonuç olarak, toplanan verilerden yola çıkarak stratejilerini oluşturdukları için daha iyi sonuçlar elde ettiler. Artık fiziksel mağazalarını, daha esnek olan ve içeriklerinin ölçülebilir olduğu dijital dünyalarına dahil edebiliyorlar.

Brewmood has gained more knowledge on their customers' likes and needs for every single coffee shop. As a result, they obtain better results as they create their strategy based on the collected data. Now, they are able to involve their physical shops into their digital world, where they are more flexible, and their content is measurable.