

دراسة حالة

BOGGI
MILANO

كيف كشفت هذه العلامة الإيطالية
فرص القوى العاملة بتحليلات المتاجر

RetailNext



نجاح متزايد عامًا بعد عام

15%
زيادة متوسط قيمة الفاتورة

5pt
زيادة معدل التحويل

40%
زيادة متوسط المبيعات لكل زائر

*النتائج الواردة أعلاه تغطي الفترة من عام 2018 إلى عام 2023.

نبذة عن الشركة

Boggi Milano هي علامة تجارية إيطالية تنتشر في السوق من خلال 235 متجراً في أكثر من 61 دولة. واليوم، تستمد العلامة التجارية قوتها من الابتكار والتكنولوجيا والاستدامة والجودة العالية، وذلك بفضل استخدام مواد خام ذات أداء تقني عالٍ.

ينبع تصميم ملابس Boggi Milano من مزيج بين عنصرين أساسيين: جودة الأقمشة – مع تفضيل الألياف العضوية والمواد المعاد تدويرها والمنسوجات المعتمدة والمتطورة – والبحث في مجال الأناقة، المطبق على رؤية أسلوب حياة جديد للرجل المعاصر.

التحدي: تبسيط تحليل أداء المتاجر

في عام 2018، سعى فريق **Boggi Milano** إلى تحسين تحليلاته لأداء متاجر العلامة التجارية، وبحث عن شريك متخصص في تحليلات الأداء داخل المتاجر. وفي ذلك الوقت، كانت Boggi Milano تواجه التحديات التالية:



تعذّر تعظيم كفاءة العمالة وتبسيطها

تعذّر تحديد المتاجر ذات حركة زوار عالية وتحويل منخفض

لا رؤية للمتسوقين لكل ساعة عمل



RetailNext was able to understand our needs effectively and provide solutions that aligned with our objectives. In-store analytics can indeed become intricate, especially when dealing with numerous data points, but RetailNext's platform simplified the process while still offering comprehensive insights. Their ability to present complex analytics in an easy-to-understand manner streamlined decision-making processes for our business, enabling us to extract actionable insights more efficiently.

Marco Benasedo,
Chief Information Officer at Boggi Milano



الحل: التعاون مع خبير بيانات داخل المتجر

زودت منصة RetailNext الشاملة شركة Boggi Milano بالأدوات والرؤى اللازمة لاتخاذ قرارات مستنيرة ودفع عجلة النجاح المستمر في عملياتها في مجال البيع بالتجزئة. ومن خلال الشراكة مع الشركة الرائدة في السوق، أظهرت Boggi Milano التزامها بالاستفادة من الرؤى المستندة إلى البيانات لتحسين عملياتها وتعزيز تجربة التسوق الشاملة لعملائها.

أسياد الابتكار



Aurora®

تعمل منصة RetailNext بواسطة جهاز Aurora المتطور، وهو مستشعر إنترنت الأشياء (IoT) متعدد الوظائف يتميز بميزات عالمية المستوى (أوسع مجال رؤية، وفيديو ملون عالي الدقة، وBLE، وواي فاي، وBeacon).

الذكاء الاصطناعي

بفضل دقتها التي لا مثيل لها وتقنية الذكاء الاصطناعي (AI) القائمة على التعلم العميق المتطورة، تُسهّل Aurora عملية قياس سلوك المتسوقين.

بيانات محسّنة

يوفر مستشعر Aurora نقاط بيانات متعددة عن المتجر، بما في ذلك البيانات الديموغرافية والتعرف على الأنشطة.

رؤى متقدمة

يستخدم نموذج حركة الزوار التنبؤي من RetailNext خوارزمية معقدة، تأخذ في الاعتبار العديد من نقاط البيانات التاريخية المتاحة، للتنبؤ بأعداد الزوار المستقبلية على فترات زمنية مدتها 15 دقيقة.

التمثيل المرئي للبيانات

من خلال التنسيق الشرطي، تُلخّص لوحات معلومات RetailNext هذه البيانات في صيغ بسيطة وسهلة الاستخدام تتيح الاستفادة من الفرص المتاحة داخل المتجر.

عالية الأداء

تستفيد العلامات التجارية من منصة RetailNext من أجل تعزيز الفهم في مجالات التسويق وعرض المنتجات والعمليات.



كيف استخدمت Boggi Milano بيانات RetailNext

توزيع العمالة

التحدى

كان على شركة التجزئة تحديد FTE (ما يعادل الدوام الكامل) لكل متجر من متاجرها البالغ عددها 190 متجراً، ولم يكن أمامها سوى أسبوع واحد للقيام بذلك. ويُعد FTE وحدة قياس تُستخدم لتحديد عدد ساعات العمل بدوام كامل التي يؤديها جميع الموظفين في الشركة.

الحل

باستخدام حل Traffic Analytics من RetailNext، ركز فريق التجزئة على مدة الزيارة لتحديد المدة التي يقضيها العملاء داخل المتجر، ثم درسوا عدد العملاء الذين يمكن لكل موظف مبيعات خدمة كل ساعة عمل.

في متاجر Boggi Milano، تبلغ مدة الزيارة حوالي 18-17 دقيقة لكل عميل. كما حددت الشركة نسبة 3.5 عميل لكل ساعة عمل. وتمكنت من استخدام هذه المقاييس لتحديد العدد المناسب من الموظفين بدوام كامل (FTE) لشركة Boggi Milano.

كما اختارت شركة Boggi Milano تخصيص البيانات، فبدلاً من الاعتماد على متوسط مدة الزيارة ومتوسط عدد المتسوقين لكل ساعة عمل، ركزت الشركة على المقاييس الخاصة بكل متجر على حدة لتحديد مستوى الكفاءة المناسب لشبكة متاجرها.

النتيجة

ونتيجة لذلك، خفضت شركة Boggi Milano عدد موظفيها بنسبة 15% منذ عام 2018، وذلك ببساطة من خلال استخدام منصة RetailNext لتعديل توزيع القوى العاملة. وقد ساعد ذلك أيضًا في خفض نفقات الرواتب مع زيادة الإنتاجية.

في شركة Boggi Milano، يُتوقع من موظفي المبيعات تخصيص 50% من وقتهم للبيع، بينما تُخصص النسبة المتبقية البالغة 50% للأنشطة غير المتعلقة بالبيع. وقد حددت الشركة أن كل موظف مبيعات يحقق 1 فاتورة كل 2 ساعة.



RetailNext provides valuable insights far beyond just basic traffic counting. Our first meeting with their team was proof of this as they revealed that traffic in a flagship store had declined on a Sunday. The underlying reason for the decline was the unfamiliarity of sales associates with the store layout, leading to a decrease in conversion. RetailNext demonstrated a deep understanding of our business's operations and potential areas for improvement. This type of analysis goes beyond raw data and can lead to actionable strategies to enhance conversion rates and overall performance. We're convinced that we have the right partner for our retail analytics needs.

Marco Benasedo,
Chief Information Officer at Boggi Milano



اختيار مؤشرات الأداء الرئيسية المناسبة

التحدى

وعلى غرار العديد من تجار التجزئة الآخرين، حددت Boggi Milano في البداية عددًا كبيرًا جدًّا من مؤشرات الأداء الرئيسية لموظفي متاجرها. وأصبح من الصعب تتبع هذه المؤشرات، بل وأصعب من ذلك على موظفي المتاجر تحديد أولويات الأهداف.

الحل

بفضل استخدام نظام RetailNext، تمكنت الشركة من تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية التي تقيس أداء موظفيها بفعالية، مع توفير تقييم دقيق للإنتاجية في الوقت نفسه. واختارت Boggi Milano التركيز على متوسط المبيعات لكل زائر، الذي يُحسب بضرب معدل التحويل الخاص بالمتجر في متوسط قيمة المعاملة.

النتيجة

من خلال التركيز على مؤشر أداء رئيسي واحد، تمكنت Boggi Milano بسهولة من تقييم أداء المتاجر. بالنسبة للمتاجر التي تتمتع بمعدل تحويل مرتفع، كان التركيز على زيادة متوسط قيمة المعاملة. أما بالنسبة للمتاجر التي تتمتع بمتوسط قيمة معاملة مرتفع، فقد كان التركيز على تحسين معدل التحويل. بالإضافة إلى ذلك، حسّنت Boggi Milano تحليلاتها باستخدام RetailNext من خلال مقارنة أداء المتاجر على أساس كل ساعة بأدائها اليومي للحصول على نظرة أكثر تفصيلاً حول الإنتاجية.

مخطط الأداء الرباعي



موضّحًا

هذه عينة من تقرير مخطط الأداء الرباعي الذي أعدته شركة RetailNext، والذي تقدمه شركة Boggi Milano لمديري متاجرها ومديري المناطق التابعين لها. وتُظهر هذه الأداة السهلة الاستخدام أداء كل متجر من حيث معدل التحويل ومتوسط قيمة المعاملة.

إذا ركز تاجر التجزئة على معدل التحويل فقط، فسيؤدي ذلك في النهاية إلى الإضرار بقيمة المعاملة المتوسطة. والمعنى المقصود هنا هو أنه إذا كان معدل التحويل أعلى، لكن قيمة المعاملة أقل، فلن تزداد المبيعات. وينطبق الأمر نفسه على العكس أيضًا، فإذا تم التركيز بشكل مفرط على تحقيق قيمة معاملة أعلى، فإن معدل التحويل سينخفض لأن الفرق ستركز على تحقيق أعلى قيمة ممكنة للمعاملة، بينما تفشل في تلبية احتياجات العديد من العملاء. وفي هذه الحالة، ستنخفض المبيعات أيضًا.

يُعد متوسط المبيعات لكل زائر المؤشر الرئيسي الوحيد الذي يجمع هذين المقياسين لتقديم نظرة متوازنة على الأداء. وقد ساعد ذلك Boggi Milano على تحسين مبيعاتها وتحديد مجالات التحسين بسرعة.

RetailNext

About RetailNext

تُعد RetailNext أول منصة تقنية توفر تحليلات المتسوقين على غرار التجارة الإلكترونية للمتاجر التقليدية والعلامات التجارية ومراكز التسوق، وهي رائدة في التركيز بشكل كامل على تحسين تجربة المتسوق. ومن خلال منصتها المركزية القائمة على نموذج البرمجيات كخدمة (SaaS)، تقوم RetailNext تلقائيًّا بجمع وتحليل بيانات سلوك المتسوقين، مما يوفر لتجار التجزئة رؤى تساعدهم على تحسين تجربة المتسوقين في الوقت الفعلي.

600+
brands globally

100+
countries

2007
year founded