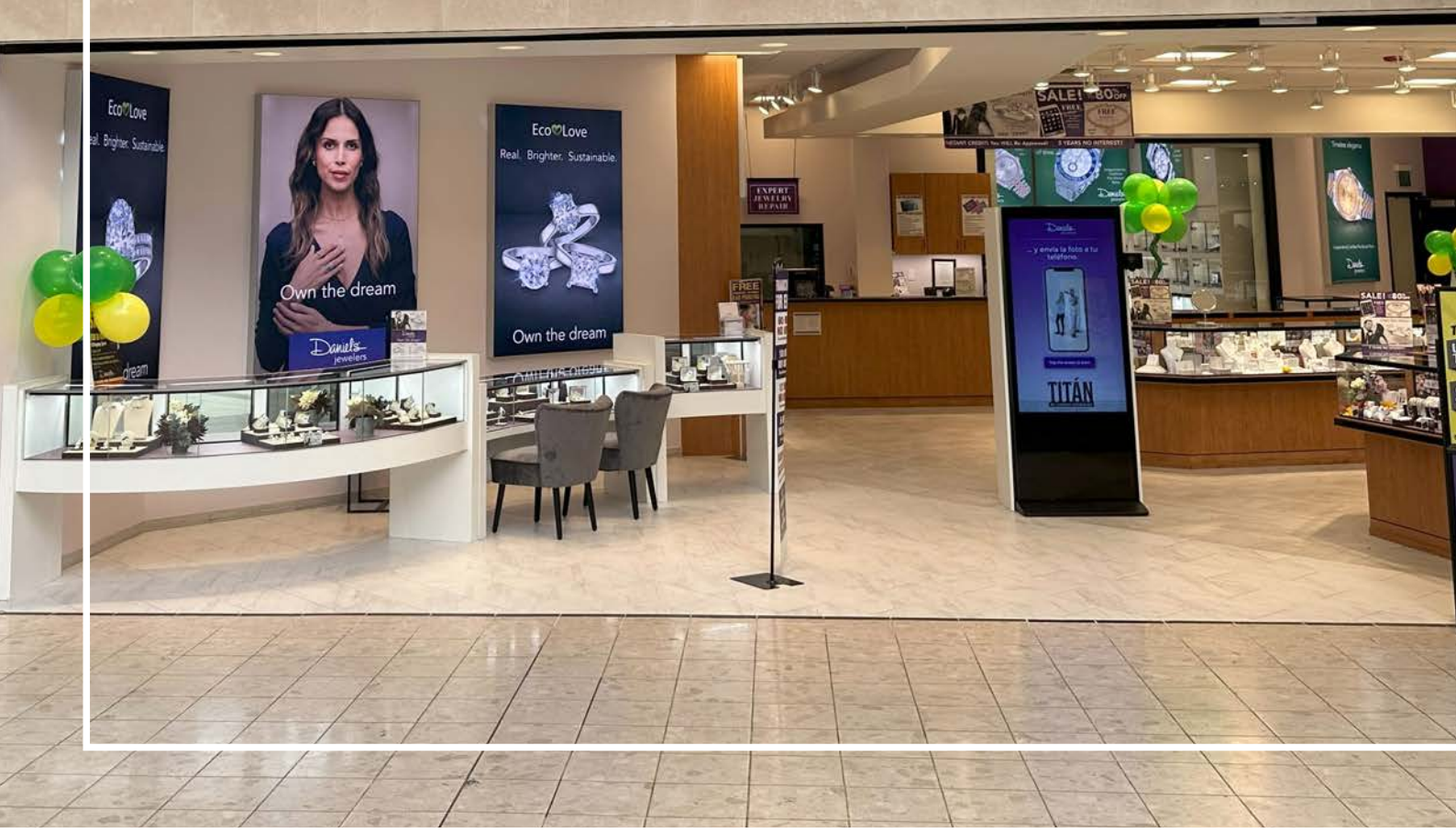
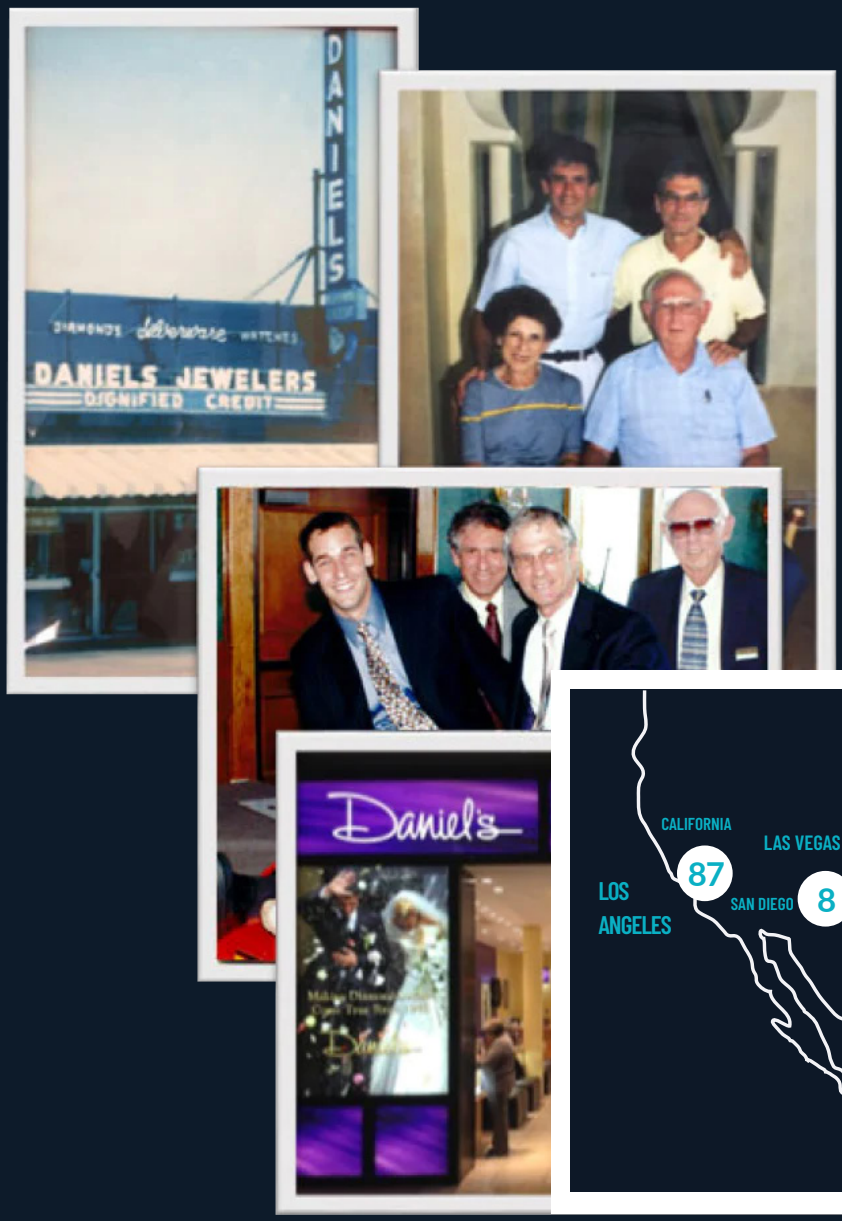
دراسة حالة

Daniel's jewelers

كيف يستخدم متجر المجوهرات
العريق حركة الزوار كمقياس للنجاح



RetailNext



واحدة من أسرع شركات المجوهرات نموًّا في الولايات المتحدة

76+ عامًا من الولاء للعلامة التجارية
100+ متجر في جميع أنحاء البلاد
24/7/365 وصول إلى Traffic Analytics



خلفية

منذ عام 1948، تُعد **Daniel's Jewelers** واحدةً من أسرع شركات المجوهرات نموًّا في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد أسسها Joseph Sherwood، وتتمثل مهمة عائلته على مدى العقود الثمانية الماضية في جعل المجوهرات في متناول ملايين العائلات الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية.

بحلول عقد 1960، توسعت هذه الشركة العائلية في أنحاء جنوب كاليفورنيا، واليوم تفخر Daniel's Jewelers بأكثر من 100 متجر في جميع أنحاء البلاد. ويرتكز كل متجر على فريق عمل ودود ودافئ يحرص يوميًّا على معاملة العملاء كالأصدقاء والعائلة.

تحقيق أحلام الماس

تدخل Daniel's Jewelers عامها الـ76، ويرتبط نموها بتوسيع حضورها في المتاجر الفعلية. ويركز رئيسها التنفيذي David Sherwood، حفيد المؤسس، على تحسين تجربة التجارة الإلكترونية وافتتاح فروع جديدة.

التحدي:
قياس بيئة المتجر

على مدار ما يقرب من 75 عامًا، اعتمدت Daniel's Jewelers على مصادر متنوعة لبيانات المتاجر، كانت تُجمع يدويًّا ثم تُنقل عبر نظام نقاط البيع (PoS) لقياس الأداء. ولم يكن من المستغرب ألا توفر هذه المصادر مستوى الرؤى الذي احتاجته الشركة لقياس الأساليب التجارية الرقمية الجديدة التي كانت تتبناها.



عدد الفواتير

عدد تفاعلات الموظفين

المدفوعات

هدايا مجانية



It's one thing to measure the impact of digital campaigns on a website - you have access to several online metrics to indicate the performance. It becomes more challenging though when you're measuring the impact of digital campaigns on driving bodies into the store, there are very few tools for that, and even fewer that are privacy-friendly. It's almost impossible at times to get clear, sound, and comprehensive data on how a campaign like that is performing. So the idea of using store traffic as a layer of measurement for marketing campaigns made perfect sense to us.

David Sherwood
CEO of Daniel's Jewelers

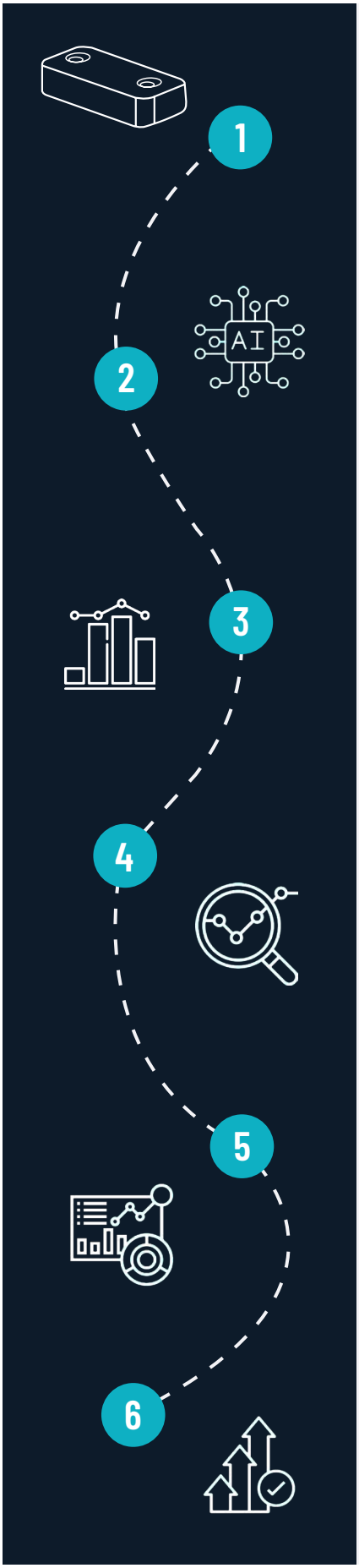
الحل: رائد في مجال ذكاء التجزئة

أبرمت Daniel's Jewelers شراكة مع RetailNext، المزود الرائد لتحليلات حركة الزوار داخل المتاجر، والتي تعتمد عليها أكثر من 450 علامة تجارية من أحبّ علامات التجزئة في العالم، من أجل:

- قياس حركة الزوار بدقة.
- وضع معيار أساسي للأداء على مستوى السلسلة بأكملها.
- مقارنة أداء المتاجر بأداء المتاجر المماثلة وبمؤشرات الأداء الرئيسية المحددة.
- قياس فعالية الحملات التسويقية.
- تحسين جدولة دوام الموظفين.
- تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين والفرص المتاحة.



ما وراء العدّ



Aurora®

تستمد منصة RetailNext قوتها من مستشعر Aurora المتطور، وهو مستشعر متكامل لإنترنت الأشياء (IoT) يتميز بميزات عالمية المستوى (أوسع مجال رؤية، وفيديو ملون عالي الدقة، وBLE، وWiFi، وBeacon).

الذكاء الاصطناعي

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

بيانات محسّنة

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

رؤى متقدمة

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

عرض البيانات بصريًّا

تقوم لوحات معلومات RetailNext بتجميع هذه البيانات في صيغ بسيطة وسهلة الاستخدام تتيح الاستفادة من الفرص المتاحة داخل المتجر، أو يمكن دمج البيانات في أدوات ذكاء الأعمال حسب الحاجة.

تحسين الأداء

تستفيد العلامات التجارية من بيانات RetailNext لتعزيز الفهم في مجالات التسويق وعرض البضائع والعمليات.

كيف استخدمت Daniel's Jewelers بيانات RetailNext

التحدي

على مدار السنوات الخمس الماضية، قامت شركة Daniel's Jewelers بتوسيع نطاق استخدامها للإعلانات الرقمية. ومع ذلك، تبين أن تأثير هذه الحملات الرقمية على زيادة حركة الزوار في المتاجر الفعلية أصبح من الصعب بشكل متزايد تنسيقه وإدارته.

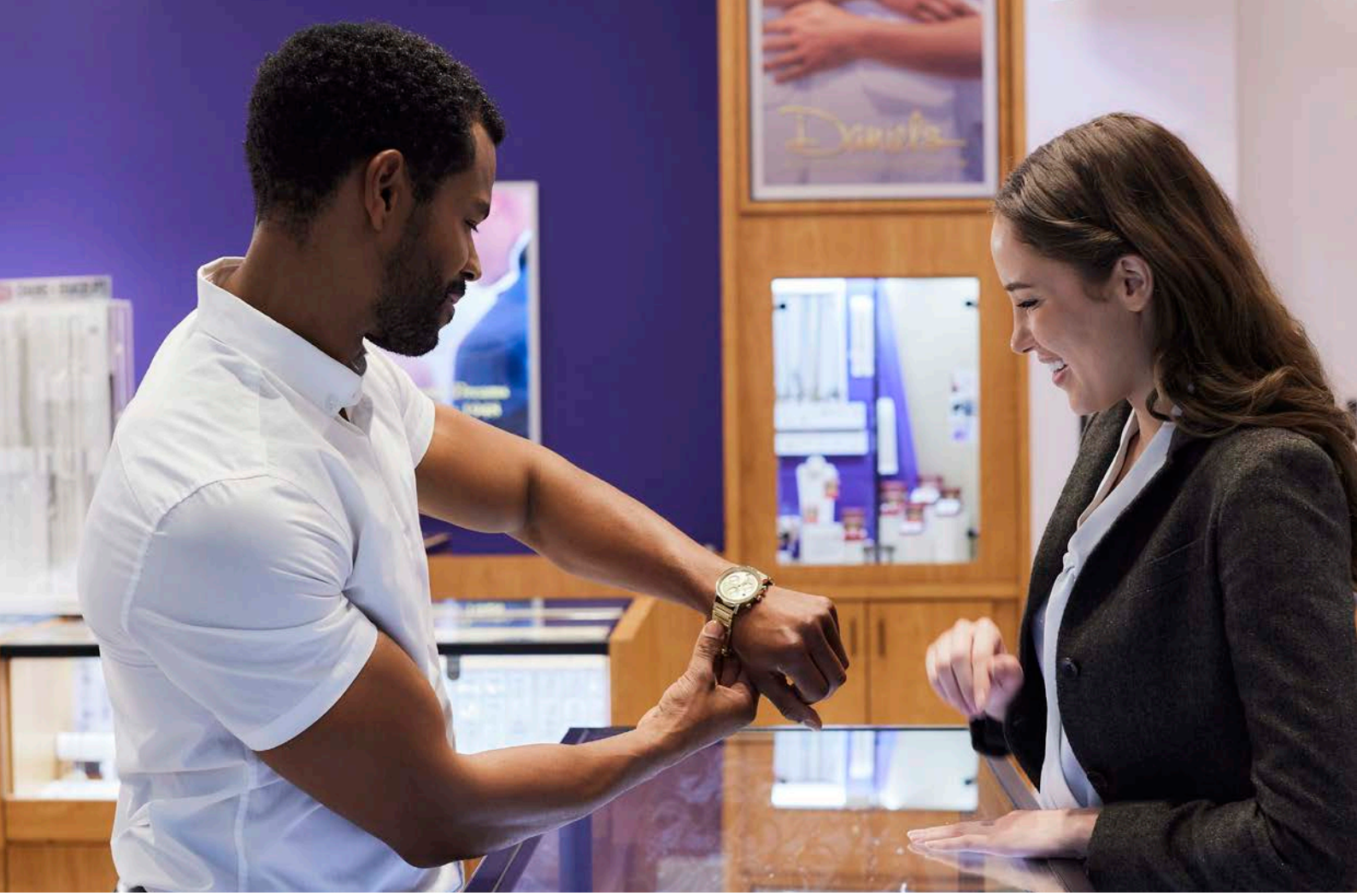
الحل

قامت Daniel's Jewelers لاحقًا بتطبيق أداة Traffic Analytics القوية من RetailNext في متاجرها، بهدف رئيسي هو قياس حركة الزوار خلال حملة تسويقية. ولأول مرة، تمكنت الشركة من الوصول إلى مؤشرات أداء رئيسية دقيقة للمتاجر، مثل حركة الزوار ومعدل التحويل ومتوسط قيمة المعاملة (ATV).

النتيجة

مكّنت المقاييس الجديدة والدقيقة Daniel's Jewelers من فهم أداء حملاتها الرقمية بشكل أفضل، سواء على مستوى سلسلة متاجرها، أو على المستوى الإقليمي، أو حتى على مستوى متجر واحد. وقد وفّر التأثير على حركة الزوار مقارنةً باليوم السابق والأسبوع السابق والسنة السابقة مؤشرات أداء رئيسية مهمة للشركة.





توزيع أفضل موظفي المبيعات

التحدي

في حين أن تجار التجزئة في القطاعات الأخرى يسعون عادةً إلى مواءمة عدد الموظفين مع حركة الزوار، فإن تجار المجوهرات يركزون بشكل أكبر على توقيت توفر أفضل موظفي المبيعات. ولا تتغير تغطية الموظفين في متاجر المجوهرات بنفس الدرجة الكبيرة التي تتغير بها في المتاجر ذات المساحات الأكبر، مثل المتاجر الكبرى.

الحل

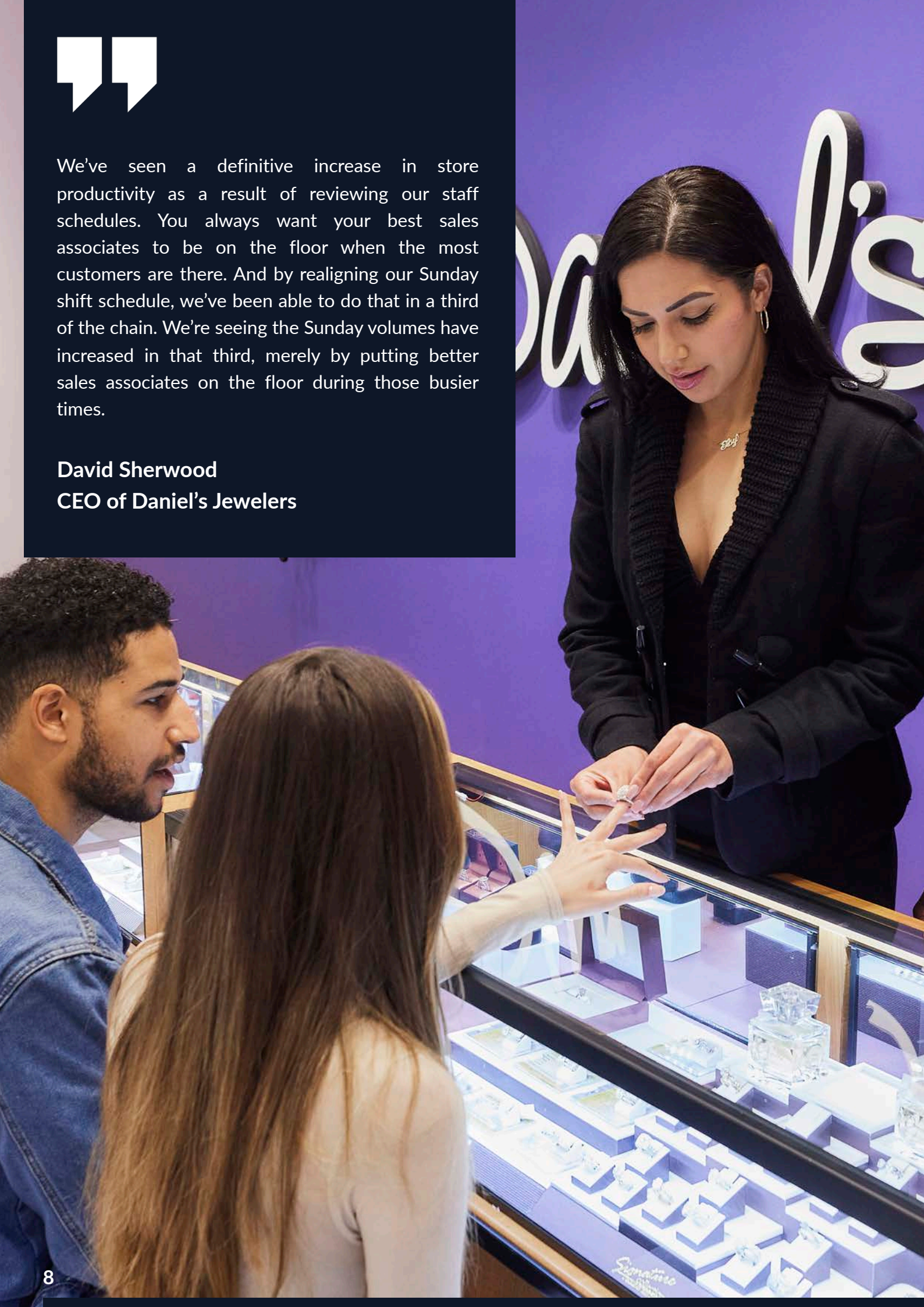
بفضل تثبيت أداة Traffic Analytics من RetailNext في متاجرها، تمكنت Daniel's Jewelers من عرض اتجاهات حركة الزوار بصريًّا وتحليلها مع التركيز على ساعات الذروة. وقد ساعد ذلك في توضيح الافتراضات السابقة حول أوقات ارتفاع حركة الزوار في المتاجر أو انخفاضها، والأوقات التي ينبغي فيها جدولة الموظفين الأكثر كفاءة. على سبيل المثال، تمكنت Daniel's Jewelers من تحديد أن حركة الزوار تزداد أيام الأحد في ما يقرب من ثلث متاجرها مقارنةً ببقية أيام الأسبوع.

النتيجة

تقليديًّا، كان يوم الأحد يوم عطلة لمديري متاجر .Daniel's Jewelers وباستخدام بيانات المتاجر من RetailNext، أعادت الشركة لاحقًا تصميم جداول نوبات عمل مديري المتاجر فيما تسميه "Sunday Stores" لضمان عمل المديرين في ذلك اليوم. أما مديرو المتاجر الذين لا يستطيعون العمل أيام الأحد، فقد التزمت الشركة بنقلهم إلى متجر بديل.

We've seen a definitive increase in store productivity as a result of reviewing our staff schedules. You always want your best sales associates to be on the floor when the most customers are there. And by realigning our Sunday shift schedule, we've been able to do that in a third of the chain. We're seeing the Sunday volumes have increased in that third, merely by putting better sales associates on the floor during those busier times.

David Sherwood
CEO of Daniel's Jewelers



تطبيقات حماية الأصول

التحدي

1

التأكد من وجود حراس الأمن في مواقعهم وقيامهم بمهامهم بفعالية. وتراقب الشركة ذلك للتأكد من أن حراس الأمن إما يساعدون العملاء أو يشكّلون رادعًا للجناة.

2

مساعدة أجهزة إنفاذ القانون من خلال توفير صور عالية الدقة للحادث، مصحوبة بأقوال مديري المتاجر الذين ربما لاحظوا سلوكًا مريبًا قبل وقوع الحادث.

الحل

بفضل مستشعر Aurora من RetailNext، أصبح بإمكان Daniel's Jewelers الوصول إلى صور ومقاطع فيديو عالية الدقة. وقد أتاح ذلك للشركة إجراء عمليات تدقيق ذاتية، واستخدام مستشعر Aurora في تطبيقات حماية الأصول، بل وحتى في العرض البصري للبضائع. ويتم تخزين جميع مقاطع الفيديو على جهاز Aurora نفسه، ويمكن الوصول إليها بسهولة عبر واجهة الويب السحابية وتطبيق الهاتف المحمول.

النتيجة

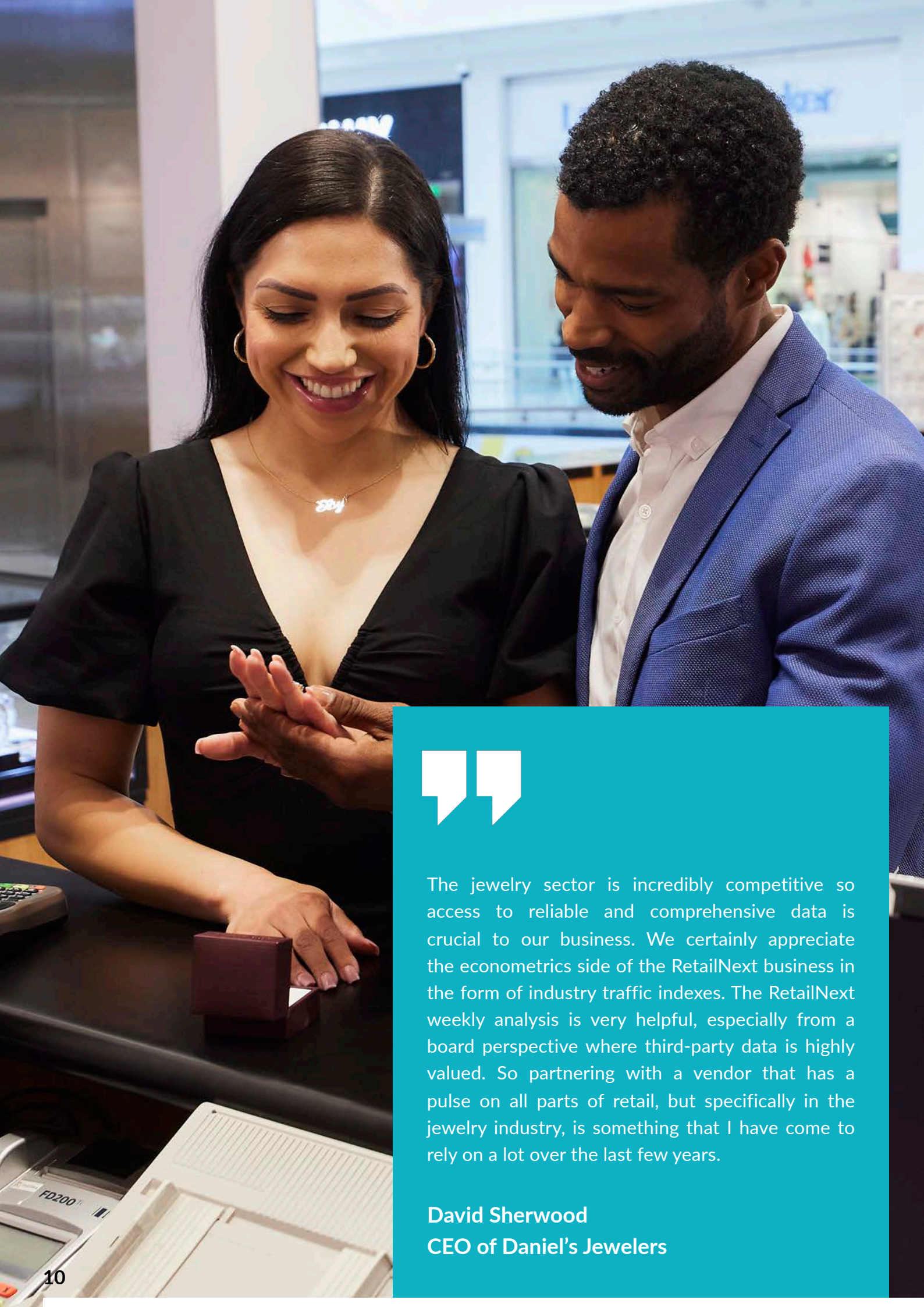
على غرار معظم متاجر المجوهرات، كانت Daniel's Jewelers قد ركّبت نظام كاميرات لضمان حماية متاجرها وعملائها وموظفيها. غير أن هذه التقنية كانت قديمة ولم توفر وصولًا فوريًّا إلى المواقع الأبعد، لا سيما في أعقاب حوادث السرقة أو التخريب.

3

دراسة لقطات الفيديو مع خبراء الأمن وخبراء الزجاج وأجهزة إنفاذ القانون ومصنّعي التجهيزات، بهدف تعزيز أمان خزائن العرض في المتجر ضد عمليات السرقة بالكسر والخطف.



Aurora



The jewelry sector is incredibly competitive so access to reliable and comprehensive data is crucial to our business. We certainly appreciate the econometrics side of the RetailNext business in the form of industry traffic indexes. The RetailNext weekly analysis is very helpful, especially from a board perspective where third-party data is highly valued. So partnering with a vendor that has a pulse on all parts of retail, but specifically in the jewelry industry, is something that I have come to rely on a lot over the last few years.

David Sherwood
CEO of Daniel's Jewelers

RetailNext

نبذة عن RetailNext

تُعد RetailNext أول منصة تقنية توفر تحليلات المتسوقين على غرار التجارة الإلكترونية للمتاجر الفعلية 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.

2007
سنة التأسيس

100+
دولة

600+
علامة حول العالم