

دراسة حالة

تحويل العمليات مع Traffic Analytics في الوقت الفعلي

RetailNext



خلفية العلامة التجارية

تُعد **Dave & Buster's** الوجهة الرائدة للترفيه وتناول الطعام في أمريكا، إذ تجمع بين مأكولات تضاهي جودة المطاعم وتجربة ألعاب أركيد واسعة تضم مئات الألعاب. ومن خلال 177 فرعًا منتشرة في جميع أنحاء الولايات المتحدة، بنت الشركة سمعتها على توفير تجارب لا تُنسى تجتمع فيها العائلات والأصدقاء معًا: "eat, drink, play, and watch".

يميّز نموذج الإيرادات المزدوج الفريد العلامة التجارية في قطاع الترفيه، إذ يستمتع العملاء بخدمات الطعام والمشروبات إلى جانب صالة ألعاب أركيد واسعة تضم كل شيء بدءًا من الألعاب الكلاسيكية وصولًا إلى أحدث تجارب الواقع الافتراضي. ويتطلب هذا النهج الهجين إدارة تشغيلية متطورة لتحسين تجارب تناول الطعام والترفيه في آن واحد.

مواقع بمستوى أعلى من التعقيد

تتفاوت أحجام متاجر Dave & Buster's تفاوتًا كبيرًا، إذ تتراوح مساحتها بين 30,000 وأكثر من 70,000 قدم مربع، وتضم العديد من الفروع مداخل متعددة، غالبًا ما تشمل مدخلًا مباشرًا إلى المتجر واتصالًا بالمركز التجاري. ويتطلب هذا التعقيد فهمًا دقيقًا لأنماط تدفق العملاء ومستويات الإشغال لتقديم خدمة استثنائية عبر كلا مصدرَي الإيرادات.

التحدي:

من الحدس إلى الذكاء

لسنوات عديدة، اعتمدت Dave & Buster's على خليط من العمليات اليدوية والمؤشرات البديلة لفهم أداء متاجرها. فقد استخدمت الشركة ما أسمته "unique power card swipes" كمؤشر بديل لحركة الزوار، إذ كانت تحسب بشكل أساسي عدد العملاء الذين اشتروا بطاقات الألعاب واستخدموها. ورغم أن ذلك وفّر فهمًا لسلوك عملاء الألعاب، فإنه خلق نقطة عمياء كبيرة.

لم تقتصر التحديات التشغيلية على عدم اكتمال إحصاء العملاء، فقد كان المديرون العامون يكلّفون أعضاء الفريق بالتجول في المتجر بعدادات يدوية لإحصاء عدد المتواجدين. وهذه عملية تستغرق وقتًا طويلًا وتفتقر إلى الدقة، كما أنها تُبعد موظفين قيّمين عن خدمة العملاء.



> The problem was that only tells you who was actually coming to the locations to play games," explains Ayotunde Gibbs, Vice President of Enterprise Systems and Data at Dave & Buster's. "But if you've been at Dave & Buster's before, you'll know that part of our experience is games and also food, which means if you came to our locations and you were eating, then we missed you in that traffic count.
>
> **Ayotunde Gibbs,**
> Vice President of Enterprise Systems and Data, Dave & Buster's

دون رؤية آنية لحركة الزوار الفعلية، المتاجر واجهت صعوبة في:

توفير نماذج تنبؤ دقيقة لتخطيط الإيرادات

اتخاذ قرارات تستند إلى البيانات بشأن عمليات المتجر وتصميماته

فهم التصنيف الحقيقي للعملاء بين تناول الطعام والألعاب

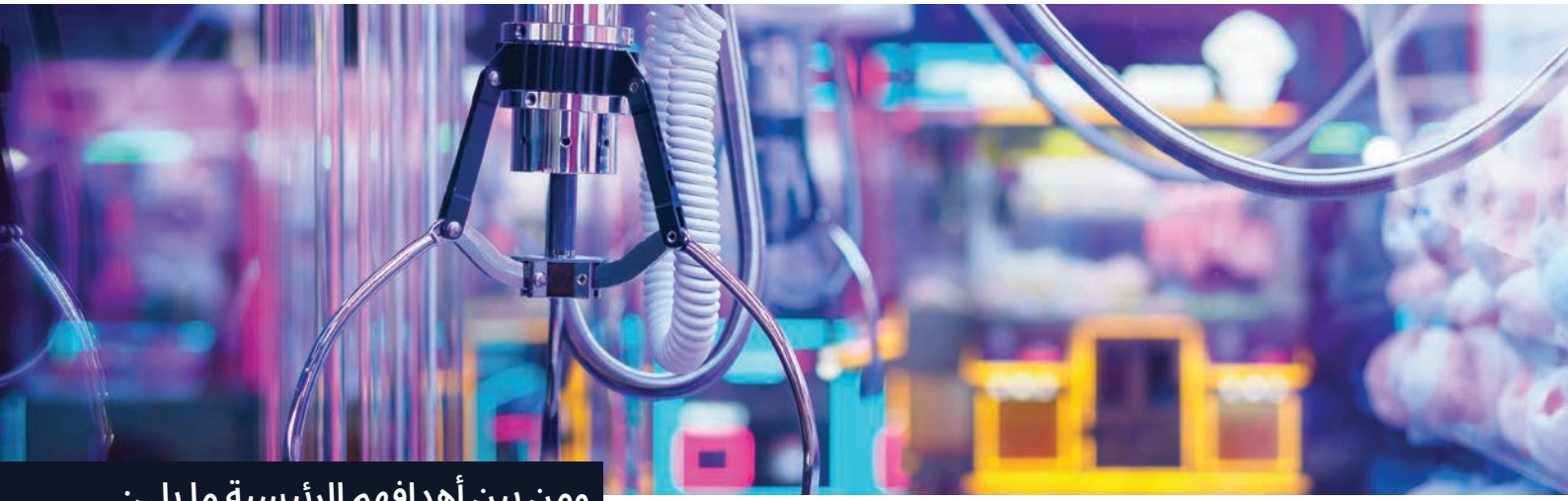
تحسين توزيع القوى العاملة خلال فترات الذروة وفترات الهدوء



الأهداف:

اللعب من أجل الفوز باستخدام البيانات

ركزت الشراكة بين Dave & Buster's وRetailNext على تحويل عمليات الشركة من خلال تحليلات شاملة لحركة الزوار.



ومن بين أهدافهم الرئيسية ما يلي:

رؤية شاملة للعملاء

تجاوز الاعتماد على بطاقات power card كمؤشر بديل، لرصد كل شخص يدخل فروعها، سواء استمتع بألعاب الأركيد أو بتناول الطعام أو بالتجربتين معًا.

الذكاء التشغيلي في الوقت الفعلي

تزويد المديرين العامين بإمكانية الوصول الفوري إلى بيانات الإشغال من خلال التطبيقات المحمولة، مما يلغي الحاجة إلى العد اليدوي، ويتيح للموظفين تكريس وقتهم لخدمة العملاء.

تحسين إدارة القوى العاملة

استخدام أنماط حركة الزوار ومقاييس الإشغال لتحسين مستويات التوظيف في مختلف أقسام المتجر، مما يضمن تغطية كافية خلال فترات الذروة مع التحكم في التكاليف خلال الأوقات التي تشهد إقبالاً أقل.

تحسين دقة التنبؤات

دمج بيانات حركة الزوار الفعلية كمتغير أساسي في نماذج الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، إلى جانب البيانات التاريخية للإيرادات وأنماط الطقس، من أجل تحسين دقة التنبؤات.

رؤى حول شرائح العملاء

فهم الفارق بين إجمالي عدد الزوار وعملاء الألعاب من أجل تقديم خدمة أفضل لكل من الضيوف الذين يأتون لتناول الطعام فقط والضيوف المهتمين بالترفيه، مما يعزز في النهاية فرص البيع المرافق والبيع التكميلي.

تحليل الأداء في مواقع متعددة

تحقيق الشفافية في جميع المتاجر الـ177 لإتاحة مقارنة الأداء، وتبادل أفضل الممارسات، والمنافسة الصحية بين الفروع.



Having real-time access to our store data has been transformational for our general managers. They can now look at their phone and immediately understand occupancy levels, make informed staffing decisions, and even monitor the front entrance to ensure we're delivering the best possible welcome experience. This visibility has freed up our teams to focus on what matters most—creating amazing experiences for our guests.

Ayotunde Gibbs,

Vice President of Enterprise Systems and Data,
Dave & Buster's



الحل:

حان وقت اللعب: رؤى أكثر ذكاءً

توفر RetailNext تحليلات شاملة داخل المتاجر تلتقط أنماط حركة الزوار ومستويات الإشغال وتدفق العملاء في الوقت الفعلي عبر جميع المواقع الفعلية. وبالنسبة لبيئة Dave & Buster's الفريدة ذات الغرض المزدوج، توفر المنصة تحليلات متكاملة تراعي شرائح العملاء في كل من قطاعي الطعام والترفيه، بينما تضمن إمكانية الوصول عبر الأجهزة المحمولة قدرة فرق الإدارة على مراقبة أداء المتاجر من أي مكان.

تقوم أجهزة الاستشعار المتطورة من RetailNext بجمع بيانات تفصيلية عن الزوار عبر مختلف مناطق المتجر، مما يمكّن Dave & Buster's لا من معرفة عدد الأشخاص الذين يزورون فروعها فحسب، بل أيضًا من فهم كيفية تنقلهم وتفاعلهم مع كلتا التجربتين. وتتكامل المنصة بسلاسة مع أدوات ذكاء الأعمال الحالية وبيانات الطقس والمقاييس التاريخية، مما يخلق أساسًا متينًا لنماذج التعلم الآلي التي تتيح التنبؤ الدقيق وتقضي على العمليات اليدوية التي تتطلب جهدًا كبيرًا.



التنفيذ

الخطوة 1

النشر وتكامل الأنظمة

قامت شركة Dave & Buster's بتطبيق حل Traffic Analytics من RetailNext عبر شبكتها الكاملة المكونة من 177 متجراً، حيث تم وضع أجهزة استشعار في مواقع استراتيجية لرصد حركة الزوار عند جميع نقاط الدخول، بما في ذلك المداخل المباشرة للمتاجر والممرات المؤدية إلى مراكز التسوق. وقد تم دمج النظام بسلاسة مع أدوات أداء ذكاء الأعمال (BI) الخاصة بالشركة وبنيتها التحتية لـبحيرة البيانات.

الخطوة 2

جمع البيانات وتحليلها

بدأت أجهزة الاستشعار التابعة لشركة RetailNext في جمع بيانات شاملة عن حركة الزوار، بما في ذلك إجمالي عدد الزوار، ومستويات الإشغال، وأنماط الدخول، وتوزيع تدفق العملاء. تمت معالجة هذه البيانات تلقائيًّا وإتاحتها عبر كل من لوحات المعلومات على الويب وتطبيقات الهواتف المحمولة، مما وفر رؤية في الوقت الفعلي لفرق الإدارة على جميع المستويات.

الخطوة 3

رؤى قابلة للتنفيذ

وقد أتاحت المنصة تحسينات تشغيلية فورية، بدءًا من إلغاء العد اليدوي بالعدادات وصولًا إلى تزويد المديرين العامين ببيانات الإشغال في الوقت الفعلي عبر تطبيقات الهاتف المحمول. كما أصبح بإمكان مديري المتاجر الوصول إلى بث فيديو مباشر لمناطق المداخل، مما سمح لهم بمراقبة تدفق العملاء وتوجيه الموظفين وفقًا لذلك.

الخطوة 4

التحسين المستمر

تم تطوير لوحات معلومات سهلة الاستخدام تجمع بين بيانات حركة الزوار واتجاهات الإيرادات وبيانات الطقس، مما يمكّن المشغلين من توقع الطلب بشكل أفضل. وعلى مستوى الإدارة المركزية، توفر هذه الأدوات رؤية على مستوى الشركة بأكملها وعلى مستوى كل متجر، مما يتيح تخطيطًا ماليًا واتخاذ قرارات استراتيجية بدقة أكبر.



كيف تُستخدم البيانات للفوز الكبير

تحسين استخدام القوى العاملة في الوقت الفعلي

الهدف

استبدال العد اليدوي بالعدادات، وتمكين اتخاذ قرارات مرنة بشأن توزيع الموظفين استنادًا إلى مستويات الإشغال الفعلية.

الحل

تطبيق للهاتف المحمول يتيح الوصول إلى بيانات الإشغال في الوقت الفعلي، مما يسمح للمديرين بمعرفة العدد الدقيق للأشخاص الموجودين في فروعهم في أي وقت.

النتيجة

بات بإمكان المديرين العامين تعديل توزيع الموظفين فورًا: استدعاء موظفين إضافيين في فترات الازدحام غير المتوقعة أو تحسين التغطية في الأوقات الأهدأ، دون سحب الموظفين من خدمة العملاء.

تصنيف العملاء وتحسين الإيرادات

الهدف

فهم الفرق بين إجمالي حركة الزوار وعدد عملاء الألعاب لتحديد فرص البيع التكميلي.

الحل

مقارنة إجمالي أعداد الزوار المسجلة في RetailNext بعدد مرات الاستخدام الفريد لبطاقات power card، لحساب الفارق الذي يمثل العملاء الذين تقتصر زيارتهم على تناول الطعام.

النتيجة

تتيح الرؤية الواضحة لشرائح العملاء وضع استراتيجيات "attach" موجهة، تشجع عملاء المطعم على تجربة ألعاب الأركيد، وعملاء الألعاب على إطالة زياراتهم بتناول المأكولات والمشروبات.

تصميم المتاجر وتخطيط الاستثمارات

الهدف

تحسين مخططات المتاجر والاستثمارات في المداخل أثناء أعمال التجديد، ولا سيما في الفروع ذات المداخل المتعددة.

الحل

تحليلات حركة الزوار التي توضح توزيع الزوار بين المداخل المباشرة للمتاجر ومداخل المراكز التجارية.

النتيجة

اتخاذ قرارات تستند إلى البيانات بشأن مواضع الاستثمار في تصميم المداخل وجمالياتها، بتركيز الموارد على نقاط الدخول التي تشهد حركة زوار كبيرة وتجنب الإنفاق غير الضروري على المداخل الأقل استخدامًا.

مقارنة الأداء والمنافسة

الهدف

تحقيق الشفافية والمنافسة الصحية عبر شبكة تضم 158 متجرًا.

الحل

إمكانية الوصول على مستوى النظام بأكمله إلى بيانات حركة الزوار، مما يتيح للمديرين الاطلاع على تصنيفات الأداء ومقارنتها بالمواقع المجاورة.

النتيجة

زيادة الوعي والحافز، حيث يمكن للمديرين الاطلاع على ترتيب متاجرهم ضمن السلسلة ومقارنة أدائها مع الفروع الأخرى في السوق، مما يؤدي إلى تحسين الأداء التشغيلي.

نماذج التنبؤ المحسّنة ونماذج الذكاء الاصطناعي

الهدف

تحسين دقة توقعات الإيرادات من خلال إدراج حركة الزوار كمتغير رئيسي إلى جانب البيانات التاريخية وأنماط الطقس.

الحل

دمج بيانات حركة الزوار من RetailNext في نماذج التعلم الآلي الحالية التي كانت تستخدم بالفعل بيانات الإيرادات التاريخية وبيانات الطقس.

النتيجة

تتيح التنبؤات اليومية الأكثر دقة تحسين إدارة المخزون، وتحسين توزيع الموظفين، والتخطيط التشغيلي في مجالات خدمات الطعام، وصيانة صالات الألعاب، وخدمة العملاء.





What I'm most excited about is how this data is becoming integral to everything we do. We're not just using it for labor management anymore—it's feeding our AI models, informing our remodel investments, helping us understand our customers better, and creating a culture where every decision is backed by real data. Our general managers have gone from relying on intuition to having concrete insights at their fingertips. That transformation is showing up in our customer experience and our bottom line.

Ayotunde Gibbs,
Vice President of Enterprise Systems and Data,
Dave & Buster's



الخلاصة:

استراتيجية معززة

يُظهر التحول الذي شهدته شركة Dave & Buster's من العمليات اليدوية إلى العمليات القائمة على البيانات كيف يمكن لتحليلات قطاع التجزئة أن تُحدث ثورة في نماذج الأعمال. فمن خلال استبدال التخمينات برؤى في الوقت الفعلي، تُمكّن هذه التحليلات الإدارة من تحسين توزيع الموظفين والاستثمارات، وتعزز الشفافية في جميع المتاجر.

والجدير بالذكر أن دمج بيانات حركة الزوار والبيانات التاريخية وبيانات الطقس في نماذج التنبؤ قد غيّر طريقة تخطيطهم الاستراتيجي، مما ساعدهم على توقع احتياجات العملاء بشكل أفضل وتقديم أفضل تجارب الترفيه وتناول الطعام.

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 تجارية حول العالم