

دراسة حالة

UNTUCKit

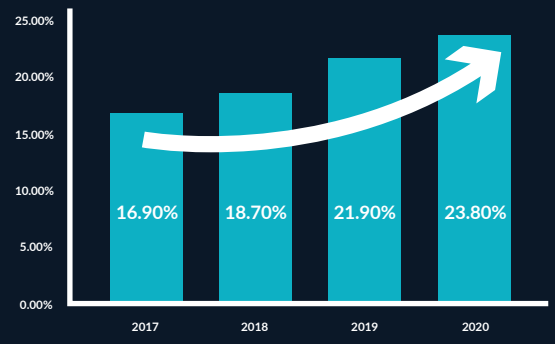
كيف تعزز علامة رقمية النشأة
التحويل في متاجرها الفعلية مع
RetailNext

RetailNext



تعتمد UNTUCKit على RetailNext

- **~40%** توفير في تكاليف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات/الأنظمة
- **18%** زيادة متوسط المبيعات لكل زائر (منذ بداية العام)
- **6.9** نقطة مئوية زيادة في معدل التحويل (2017 - 2020)



خلفية

تُعد UNTUCKit الفكرة المحبوبة التي ابتكرها Chris Riccobono، إذ توصّل إلى هذا المفهوم التجاري الفريد بعد أن تحدث مع العديد من الرجال عن مشكلاتهم مع مقاسات الملابس. في عام 2011، استعان Chris بزميل دراسته في Columbia University، Aaron Sanandres، لمساعدته في تطوير الفكرة وتحويلها إلى مشروع تجاري مستقل. وما بدأ كعمل جانبي سرعان ما نما ليصبح إحدى أسرع العلامات التجارية نموًا في قطاع تجزئة الملابس الرجالية في الولايات المتحدة. واليوم، أصبحت علامة UNTUCKit مرادفًا للرقي والأناقة، إذ تقدم القميص المثالي الذي يُرتدى خارج البنطال، ويناسب جميع الأجسام والمقاسات بالطول المناسب تمامًا.

بصفتها علامة تجارية رقمية النشأة، كانت UNTUCKit من أوائل شركات التجارة الإلكترونية التي توسعت بافتتاح متاجر فعلية. وفي عام 2015، افتتحت أول متجر فعلي لها في حي SoHo بنيويورك، استجابةً للإقبال الهائل من عملائها عبر الإنترنت على لمس المنتجات وتجربتها. ومنذ ذلك الحين، افتتحت UNTUCKit ما مجموعه 86 متجرًا وتخطط لمزيد من التوسع.

التحدي: نقل تحليلات المتسوقين من التجارة الإلكترونية إلى المتاجر الفعلية

كانت UNTUCKit في الأصل علامة تبيع مباشرةً إلى المستهلكين، واعتاد فريقها تلقي كميات هائلة من البيانات عن موقعها الإلكتروني، حيث يمكن قياس كل جانب من حضورها على الإنترنت. وانضم Brent Paulsen، Managing Director and Head of Retail في UNTUCKit، للمساعدة في توسيع حضور العلامة في المتاجر الفعلية. ويقول إن بيانات متاجرهم افتقرت في البداية إلى النطاق والعمق اللذين تعتمد عليهما شركة قائمة على البيانات مثل UNTUCKit.



كانت البيانات قائمة على روايات وانطباعات، وتستند في الغالب إلى تجارب مديري المتاجر.



عدم وجود مقاييس مرجعية لقياس حركة الزوار بدقة، وبالتالي قياس معدلات التحويل في المتاجر.



تعذّر التحقق من حركة الزوار ومعدلات التحويل التي أبلغ عنها مديرو المتاجر.



كان موظفو المتجر يحسبون مجموعات المتسوقين كوحدة واحدة.





We needed data to identify pockets of opportunity where we were performing well, and understand what we should do about it, as well as where we were underperforming and how we could improve our performance. As we started growing, it was clear that we needed one source of truth. So **the RetailNext platform provided a level of credibility off of which we could base other metrics**.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

لماذا RetailNext؟

قبل انضمامه إلى فريق UNTUCKit، كان Brent قد نجح في تطبيق منصة RetailNext لدى شركة تجزئة أخرى. ولذلك، كانت هناك بعض المزايا المحددة لمنصة RetailNext التي أدرك Brent أنها ستكون مناسبة بشكل خاص لشركة UNTUCKit في ظل توسعها.

1

تضمن RetailNext دقة رائدة في القطاع لبيانات حركة الزوار

يكتشف مستشعر إنترنت الأشياء المتكامل ®Aurora الأشخاص عشر مرات في الثانية لضمان أقصى دقة في التتبع.

2

يمكن لعملاء RetailNext الاطلاع على البيانات داخل المتاجر في الوقت الفعلي

تتوفر البيانات في غضون ثوانٍ على واجهة المستخدم وواجهات برمجة التطبيقات (API)، مما يتيح لموظفي متاجر UNTUCKit الوصول الفوري إلى هذه البيانات.

3

بيانات RetailNext قابلة للتنفيذ

يمكن للمستخدمين الوصول إلى لوحات معلومات متعددة للاطلاع على جميع مؤشرات الأداء الرئيسية الخاصة بهم. ويمكن لمتاجر UNTUCKit الاستفادة من الذكاء الاصطناعي للتنبؤ باتجاهات حركة الزوار وتقديم توصيات تلقائية.

4

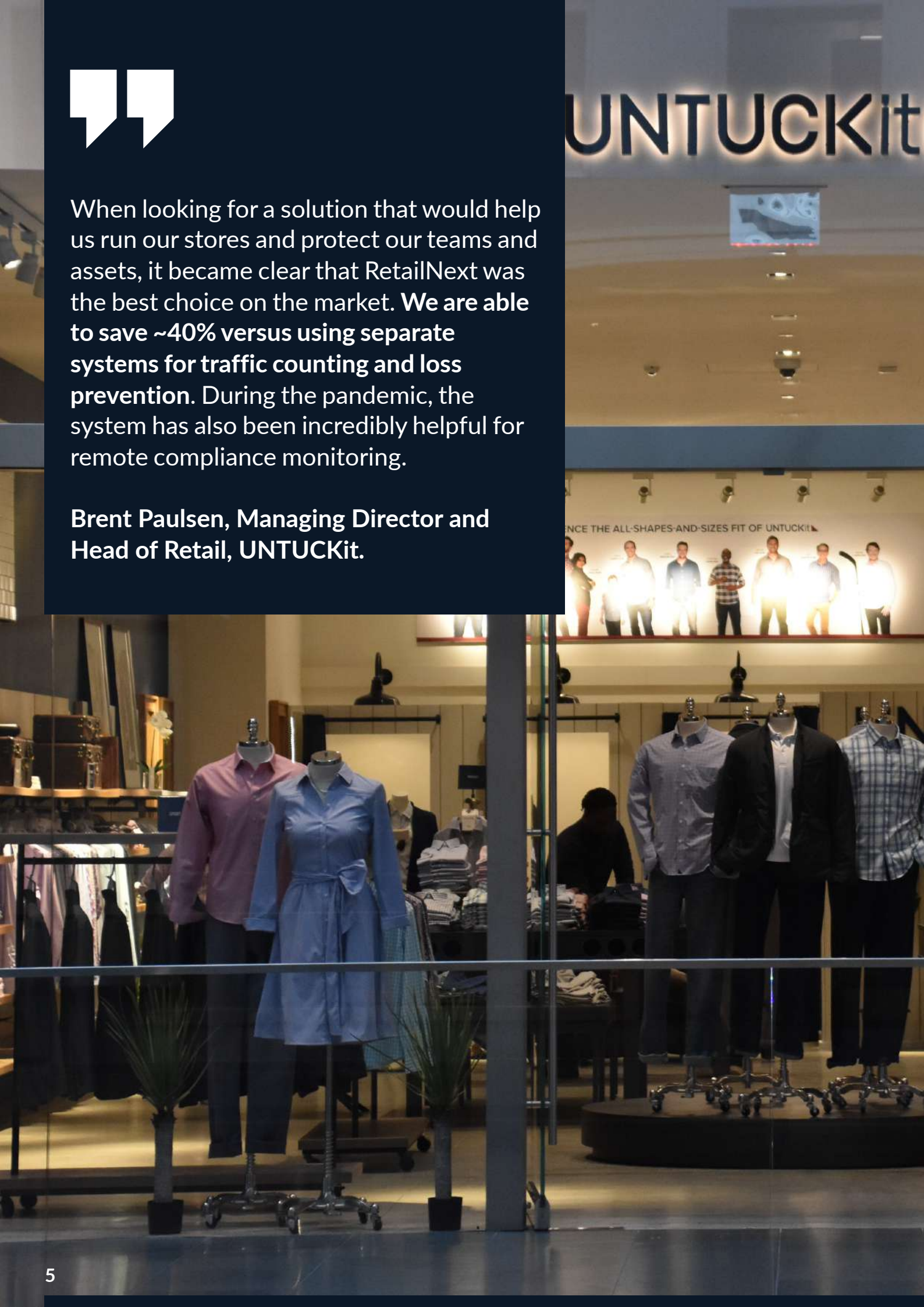
بيانات RetailNext قابلة للتحقق منها

وصول فوري إلى مقاطع الفيديو المسجلة عالية الدقة لإجراء عمليات تدقيق مستقلة بسهولة ودون أي تكلفة إضافية. يتوفر تسجيل الفيديو عالي الدقة (HD) للتحقق من صحة البيانات (خلال 30 يومًا).

5

تتكامل RetailNext بسهولة مع الأنظمة الحالية

مثل بيانات نقاط البيع، وأنظمة إدارة القوى العاملة، وجداول العروض الترويجية. وقد أبدت شركة UNTUCKit اهتمامًا خاصًّا بالقدرة على التفاعل مع بيانات حركة الزوار وبيانات نقاط البيع عبر منصة واحدة.



When looking for a solution that would help us run our stores and protect our teams and assets, it became clear that RetailNext was the best choice on the market. **We are able to save ~40% versus using separate systems for traffic counting and loss prevention**. During the pandemic, the system has also been incredibly helpful for remote compliance monitoring.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

كيف استخدمت UNTUCKit بيانات RetailNext

عمليات البيع بالتجزئة

من خلال الاستثمار في منصة RetailNext، تمكنت UNTUCKit من الوصول إلى بيانات دقيقة وقابلة للتنفيذ، مما سمح لها **بتحديد مجالات التحسين بدقة وزيادة معدل تحويل العملاء.**

من خلال مراجعة بيانات حركة الزوار...



تمكنت UNTUCKit من **وضع مقاييس مرجعية دقيقة لحركة الزوار بأكملها**. وقد ساعد ذلك في تحديد فترات ذروة حركة الزوار والتنبؤ بها، بحيث تمكن مديرو المتاجر من تخطيط المهام اليومية للموظفين خلال ساعات خارج أوقات الذروة (مثل جرد مستويات المخزون)، وتخصيص كامل القوة العاملة لأوقات الذروة.



كما تلقى مديرو المتاجر توصيات حول **كيفية تحسين جداول عمل الموظفين** من خلال مراجعة بيانات التوظيف مقارنةً ببيانات حركة الزوار. وبذلك تمكنت UNTUCKit من زيادة عدد الموظفين عند الحاجة وتقليص عددهم عندما تنخفض حركة الزوار مع بقاء معدل التحويل مستقرًا.



كما **كشفت البيانات عن فرص لتعديل ساعات عمل المتاجر في بعض المواقع**. فقد ساعد تمديد ساعات العمل الشركة على زيادة حركة الزوار وتحقيق مبيعات في أوقات متأخرة. أما المواقع الأخرى التي شهدت انخفاضًا في حركة الزوار، فقد عدلت ساعات عمل الموظفين وفقًا لذلك، مما أدى إلى تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف.

من خلال مراجعة معدل التحويل...



تمكنت UNTUCKit من **وضع مؤشرات أداء رئيسية (KPI) محددة بوضوح استنادًا إلى اتجاهات القطاع**. كما تمكن فريق الإدارة المركزية من مقارنة أداء المتاجر فيما بينها، وكذلك قياسه مقابل الأهداف العامة.



سمحت منصة RetailNext لشركة UNTUCKit **بتحديد أصحاب الأداء الأفضل بدقة لمكافأتهم وتقديرهم**، فضلًا عن اتخاذ قرارات تجارية سليمة **لتحسين أداء المتاجر ذات الأداء الضعيف.**



كان لدى مديري المتاجر رؤى مهمة بشأن مؤشرات الأداء مقارنةً بالعام الماضي، وبالمتاجر المماثلة، وبالأهداف المحددة. واستنادًا إلى أداء المؤشرات، قدّمت منصة RetailNext **توصيات بإجراءات تُنفَّذ في المتاجر لتحسين النتائج.**



The traffic data enables us to determine whether we **are maximizing the opportunity in front of us**. When the customer shows up, are we performing at our best? Are we converting? Are we upselling? The data point is a very important way to measure that performance so we can maximize what we are due to receive from any of our store fronts in any given city.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

عمليات التسويق

كما استفاد فريق التسويق في UNTUCKit من بيانات وتحليلات RetailNext لقياس فعالية وكفاءة الحملات التسويقية. ويشير Alberto Corral، الذي يشغل منصب VP of Marketing في UNTUCKit، إلى أن فريقه نفذ عدة حملات تسويقية تهدف إلى جذب الزوار إلى المتاجر ومن ثم تعزيز معدلات التحويل. وقد استخدم الفريق منصة RetailNext لتوحيد مبادرات التجارة الإلكترونية والمتاجر الفعلية من خلال ربط مسارات التسوق عبر الإنترنت مع تلك في المتاجر الفعلية.

اختيار قنوات التسويق

في البداية، كان السوق المستهدف الرئيسي لـ UNTUCKit هو العملاء الذكور. ومع مرور السنين، اكتشفوا أن جزءًا كبيرًا من قاعدة عملائهم يضم نساء يتسوّقن للرجال.

من خلال مراجعة البيانات الديموغرافية، مثل الجنس، المتوفرة عبر منصة RetailNext، تمكن فريق التسويق في UNTUCKit من اتخاذ قرارات أكثر استنارة بشأن المساحات الإعلانية التي يشتريها.

على سبيل المثال، إذا أظهرت البيانات الديموغرافية لمتجر UNTUCKit أن عدد الزبونات اللواتي يشترين للرجال أكبر، يستخدم فريق التسويق بيانات الجمهور هذه لنشر إعلان في صحيفة محلية قراؤها من النساء أكثر.

قياس قنوات التسويق

التلفزيون والإذاعة

قد تُختتم الحملات التلفزيونية والإذاعية المحلية بدعوة لاتخاذ إجراء (CTA) لزيارة متجر UNTUCKit المحلي (مثل ذكر الإعلان للحصول على خصم 10%). وتمكنت UNTUCKit من قياس نتائج الحملة بمراجعة بيانات حركة الزوار المسجلة طوال فترتها.

الصحف أو المجلات المحلية

عند شراء مساحة إعلانية في إحدى الصحف أو المجلات المحلية، أدرجت UNTUCKit دعوة لاتخاذ إجراء (CTA) بهدف جذب الزوار إلى متجر معين. وتمكنت UNTUCKit من قياس نتائج تلك الحملة من خلال مراجعة بيانات حركة الزوار المسجلة طوال فترة الحملة.

البريد المباشر

عند توزيع البطاقات البريدية أو النشرات المطوية محليًا، أدرجت UNTUCKit دعوة للمستلمين لزيارة المتجر المحلي (مثل ذكر الإعلان للحصول على خصم 10%). وتمكنت UNTUCKit من قياس نتائج الحملة بمراجعة بيانات حركة الزوار المسجلة طوال فترتها.

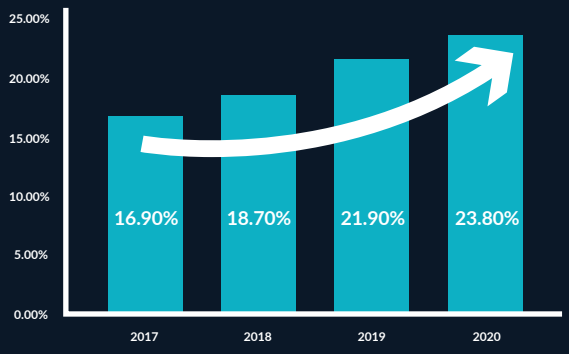


My team would not be able to run effective marketing campaigns if it wasn't for RetailNext because we need to be able to measure the efficiency of every campaign. At the end of the day, you have to make every dollar work especially hard for you. There's a whole slew of KPIs via the RetailNext platform that can help us understand what's working and what's not working.

Alberto Corral, VP of Marketing at UNTUCKit.

النتائج: تعزيز الكفاءة على جميع الأصعدة

- **~40%** توفير في تكاليف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات/الأنظمة
- **18%** زيادة متوسط المبيعات لكل زائر (منذ بداية العام)
- **6.9** نقطة مئوية زيادة في معدل التحويل (2017 - 2020)



The movement of conversion has probably been the biggest return on investment. We've moved our expectations for what's appropriate from about the mid-teen percentile to north of 20%. So now, when stores are falling below that number, and their peers are performing above that number, we have something to look at and say something is not right - what's driving that?

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

تعزيز ثقافة التحويل

أقصى استفادة من تحويل العملاء

بفضل توفر معدلات تحويل دقيقة، أصبح بإمكان UNTUCKit الآن مقارنة أدائها بأداء شركات التجزئة الأخرى. وقد دفع ذلك العلامة التجارية إلى إعادة النظر في طريقة تفاعلها مع العملاء داخل المتجر.

تجربة العملاء

تحسين تدريب الموظفين

تمكنت UNTUCKit من تحديد الحاجة إلى تطوير مهارات موظفيها استنادًا إلى البيانات التي تعكس التفاعلات بين موظفي المتاجر والمتسوقين. ومنذ ذلك الحين، قامت الشركة بتحديث نموذجها من نهج قائم على المعاملات إلى نهج قائم على الخدمة والبيع الإضافي.

المبيعات

زيادة الكفاءة والإنتاجية

تمكنت UNTUCKit من تعظيم إنتاجية موظفيها باستخدام لوحة Optimization Dashboard من RetailNext لفهم الاتجاهات والأنماط العامة والاستفادة منها في وضع جداول العمل.

التسويق

خفض الإنفاق على الحملات

حققت شركة UNTUCKit وفورات هائلة في ميزانية حملتها التسويقية بفضل تحسن الكفاءة والفعالية.

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