RetailNext



FALLSTUDIE

Kundenfrequenz in einen filialübergreifenden Vorteil verwandeln

Wie Shoe Palace seine TPLH-Kennzahl (Kundenfrequenz pro Arbeitsstunde) in messbare Leistung umwandelte, indem das Unternehmen mithilfe der RetailNext-Frequenzanalysen die Spitzenzeiten in über 250 Filialen ermittelte und **bis zum zweiten Jahr eine durchschnittliche Steigerung der Konversionsrate um 10 % erzielte**.

HINTERGRUND DER MARKE

Shoe Palace wurde 1993 von der Familie Mersho in San Jose, Kalifornien, gegründet und hat sich von einem einzigen Ladengeschäft zu einem der führenden Sneaker- und Streetwear-Händler des Landes entwickelt. Heute betreibt das Unternehmen mehr als 250 Filialen im Westen und Süden der Vereinigten Staaten und zeichnet sich durch eine enge Verbundenheit mit der Sneaker-Kultur sowie langjährige Partnerschaften mit Marken wie Nike, Jordan und Adidas aus.

Dieses Wachstum bedeutete den Ausbau eines Filialnetzes in sehr unterschiedlichen Umgebungen – von stark frequentierten Standorten in Einkaufszentren bis hin zu eigenständigen Geschäften in Einkaufsstraßen –, die jeweils eigene Muster bei Kundenfrequenz und Personalbedarf aufweisen.



DIE HERAUSFORDERUNG: Optimierung aus dem Bauch heraus

Jahrelang betrieb Shoe Palace seine Filialen, ohne über eine zuverlässige Methode zu verfügen, um die Leistung im Verhältnis zur Nachfrage zu messen. Die Verkaufszahlen gaben dem Team zwar Aufschluss darüber, was geschah, aber nicht darüber, warum dies geschah, und auch nicht darüber, ob ein „ruhiger" Tag tatsächlich ruhig war.

> "It's hard to imagine doing this business without having traffic. But the reality is there are a lot of retailers that don't have it. At one time, we were that retailer."
>
> — David Lizak, Platform Manager, Shoe Palace

Ohne Frequenzdaten stützten sich die Gespräche über die Filialleistung auf Intuition. Die Annahmen der Geschäftsleitung zu Stoßzeiten, Personalbedarf und Vergleichen zwischen den Filialen konnten nicht anhand von Referenzwerten überprüft werden.

David Lizak, der seine gesamte berufliche Laufbahn im Sneaker-Einzelhandel verbracht hat, brachte es auf den Punkt: „Running a store without traffic data is like driving a car with no speedometer. You can feel like you're going fast. You have no way to confirm it."



DIE LÖSUNG: Aufbau einer datengesteuerten Kultur – Filiale für Filiale

Shoe Palace begann im Jahr 2018 mit der Einführung der RetailNext-Lösungen zur Erfassung der Kundenfrequenz, und als David im Jahr 2019 zum Team stieß, hatte sich die Herausforderung von der Einführung hin zur Schulung verlagert.

Einfach halten

Anstatt die Filialteams mit komplexen Kennzahlen zu überfordern, hat Shoe Palace die Frequenzdaten in einfache, umsetzbare Begriffe übersetzt. Anstatt einen Teilzeitmitarbeiter zu bitten, Konversionsraten zu berechnen, hat das Team die Ziele so neu formuliert, dass sie auf dem aufbauen, was die Mitarbeiter bereits verstanden: einen Kunden mehr als gestern zu bedienen.

Eine gemeinsame Sprache entwickeln

Shoe Palace hat ein Verhältnis von Personal zu Kundenfrequenz entwickelt, das unter dem Spitznamen „TPLH“ bekannt ist und jedem Filialleiter einen intuitiven Überblick darüber verschafft, ob eine Schicht angemessen besetzt ist. Das Verhältnis wandelt eine abstrakte Zahl in eine Frage um, die jeder Mitarbeiter beantworten kann: Schaffen wir beide diese Anzahl an Kunden in einer Stunde?

Über ein vielfältiges Filialnetz hinweg normalisieren

Mit Filialen in Kalifornien, Texas, Arizona, Nevada und Florida gleicht keine Filiale der anderen. TPLH ermöglichte es Shoe Palace, die Leistung fair zu vergleichen, indem es die Unterschiede zwischen Standorten in Einkaufszentren und an Straßenstandorten berücksichtigte, anstatt jede Filiale an denselben Maßstab anzulegen.

DIE ERGEBNISSE: Von Gefühlen zu Fakten

Eine durchschnittliche Steigerung der Konversionsrate um 10 % im Vergleich zum Vorjahr, die Shoe Palace im zweiten Jahr der Datenerfassung und der Schulung anhand der Daten erzielen konnte. Eine Filiale steigerte ihre Konversionsrate in diesem Zeitraum von 15 % auf fast 17 %.

Intelligentere Personalplanung

TPLH lieferte dem Betriebsteam von Shoe Palace einen aussagekräftigen Personalbedarf-Richtwert, der je nach Filialtyp flexibel angepasst werden kann. Indem den Teams genau aufgezeigt wurde, wo ihre Spitzenzeiten lagen und wie stark diese von Filiale zu Filiale variierten, erhielten die Führungskräfte die notwendigen konkreten Informationen, um ihre Mitarbeiter entsprechend anzuleiten und die Daten für die filialübergreifende Planung zusammenzufassen.

Faire Filialvergleiche

Zwei Filialen, die nur wenige Meilen voneinander entfernt liegen – wie beispielsweise die ursprüngliche Filiale von Shoe Palace in San Jose und eine Filiale in einem nahegelegenen Einkaufszentrum –, können sich hinsichtlich der Kundenfrequenz und der demografischen Zusammensetzung völlig unterscheiden. Mithilfe der Daten von RetailNext kann Shoe Palace ähnliche Filialtypen miteinander vergleichen, anstatt die Leistung auf der Grundlage von „Äpfeln und Birnen" zu bewerten.

Bessere funktionsübergreifende Entscheidungen

Marketing- und Produktteams stützen sich nicht mehr ausschließlich auf verkaufsbezogene Annahmen darüber, wo die Nachfrage am höchsten ist. Entscheidungen über die Bestandsverteilung und die regionale Strategie basieren nun auf Daten zur Kundenfrequenz und zur demografischen Zusammensetzung.

Annahmen anhand historischer Daten hinterfragen

Als die Führungskräfte davon ausgingen, den Rhythmus ihres Geschäfts, die Stoßzeiten und den Personalbedarf zu kennen, begann Shoe Palace, diese Annahmen anhand historischer Frequenzdaten zu überprüfen. Das Ergebnis: Es konnten verpasste Chancen während der Zeiten mit hoher Kundenfrequenz identifiziert werden, die zuvor jahrelang unbemerkt geblieben waren.



DAS PRODUKT HINTER DEN ERGEBNISSEN

Die TPLH-Kennzahl (Kundenfrequenz pro Arbeitsstunde) von Shoe Palace sowie die filialübergreifende Personalplanung basieren auf **RetailNext Traffic Analytics**, einer Lösung, die Rohdaten zur Kundenfrequenz in Personalempfehlungen, tatsächliche Konversionsraten und einen Filialvergleich umwandelt.

Schichten richtig besetzen

KI-gestützte Personalempfehlungen passen die Mitarbeiterzahl an die prognostizierte und tatsächliche Kundenfrequenz an – dieselbe Logik wie hinter der TPLH-Kennzahl von Shoe Palace.

Echte Konversion erkennen

Die Frequenzdaten werden mit dem Kassensystem verknüpft, um die tatsächliche Konversionsrate zu ermitteln – und nicht nur eine Schätzung, die allein auf den Umsätzen basiert.

Filialen fair vergleichen

Ein auf die Kundenfrequenz normiertes Benchmarking bewertet Filialen im Einkaufszentrum und in Straßenlage nach realistischen, formatgerechten Maßstäben.

BASIERT AUF AURORA®

Jede Zahl, die den Personalentscheidungen von Shoe Palace zugrunde liegt, geht auf ein einziges Gerät zurück. Aurora® ist der All-in-One-IoT-Sensor von RetailNext. Er liefert eine Personenzählung mit 95 bis 99 % Genauigkeit, bei jeder Installation manuell überprüft, und das mit einer einzigen, an der Decke montierten Einheit.

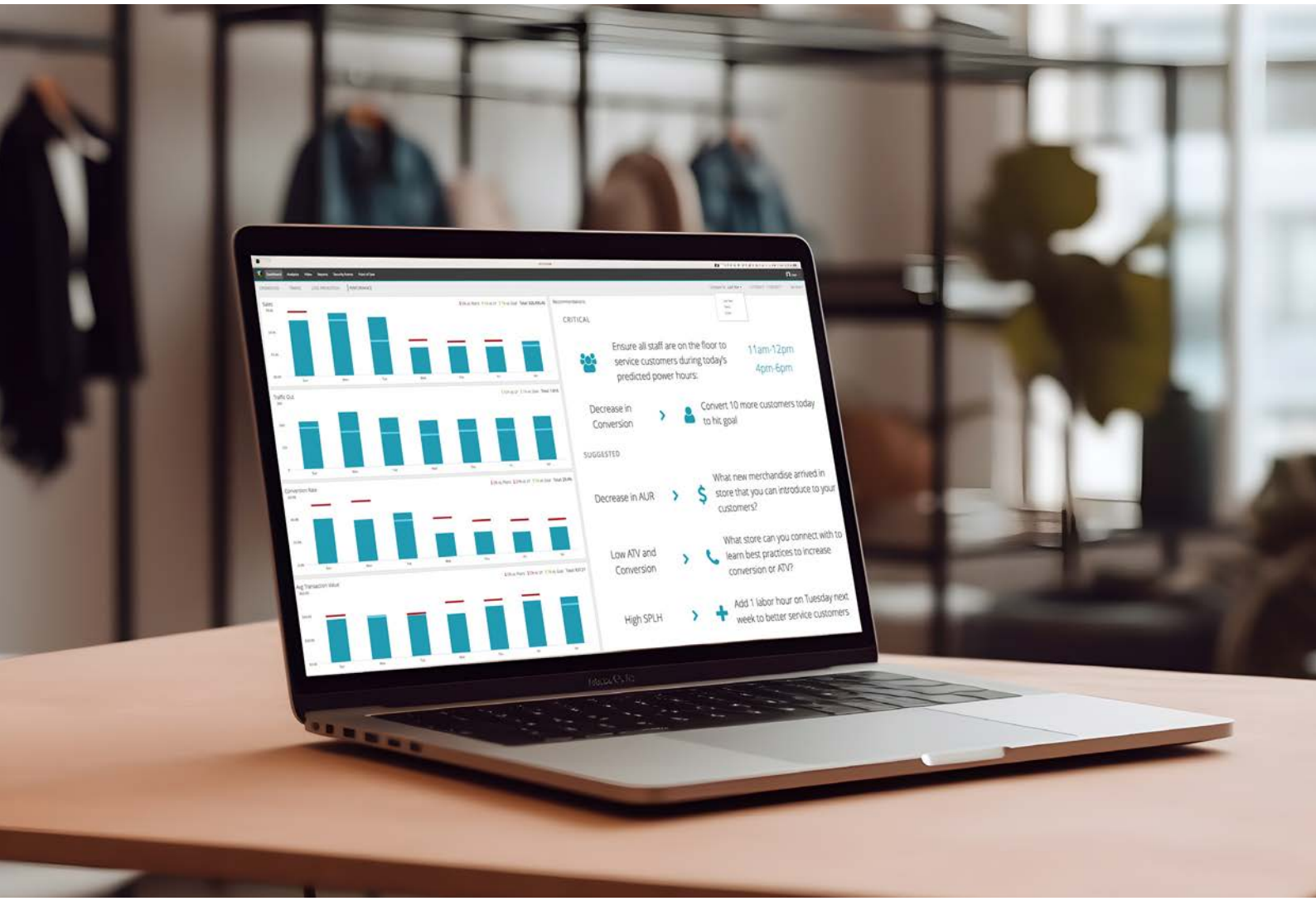
Für eine Filialkette, die sich über mehrere Bundesstaaten und verschiedene Filialformate erstreckt, ist es genau diese Genauigkeit, die eine zuverlässige Personalplanung in großem Maßstab ermöglicht. Ein Sensor, ein einheitlicher Datenstandard – in jeder Filiale.



EIN EINHEITLICHER ÜBERBLICK ÜBER DIE FILIALLEISTUNG

Shoe Palace kombiniert die Frequenzdaten von RetailNext mit Personalplanungsplattformen wie StoreForce und fasst so TPLH, Umsatz pro Stunde und Verkaufsfläche in einer einzigen Übersicht zusammen. Diese Integration hilft dem Team dabei, Spitzenzeiten und Hochphasen auf einer detaillierten, filialspezifischen Ebene genau zu ermitteln – etwas, das vor der Verfügbarkeit von Frequenzdaten nicht erkennbar war.

RetailNext



ÜBER RETAILNEXT

RetailNext bietet mit den KI-gestützten Aurora-Sensoren eine branchenführende Genauigkeit von 95–99 % und ermöglicht so einen lückenlosen Überblick über die gesamte Customer Journey – vom Betreten des Geschäfts über den Kauf bis zum Verlassen. Die Plattform liefert Echtzeit-Videomaterial und Analysen mit vorausschauenden Empfehlungen, die auf einer „Test-and-Learn"-Methodik basieren. Sie wurde für eine optimierte IT-Bereitstellung und -Verwaltung konzipiert und ist eine cloudnative und sichere Plattform, die einen strategischen, langfristigen Partnerschaftsansatz mit nachhaltiger Wertschöpfung und bewährter globaler Skalierbarkeit über verschiedene Märkte und Kulturen hinweg unterstützt.

600+
Marken weltweit

100+
Länder

2007
Gründungsjahr