

CASO DE ÉXITO

Transformar las operaciones con Traffic Analytics en tiempo real

RetailNext



HISTORIA DE LA MARCA

Dave & Buster's es el principal destino de ocio y gastronomía de Estados Unidos, que combina comida de calidad de restaurante con una amplia oferta de sala de juegos con cientos de títulos. Con 177 locales repartidos por todo Estados Unidos, la empresa se ha labrado su reputación creando experiencias inolvidables en las que familias y amigos pueden «comer, beber, jugar y ver» juntos.

El modelo único de doble fuente de ingresos distingue a la marca en el sector del entretenimiento. Los clientes disfrutan tanto del servicio de comida y bebida como de una amplia sala de juegos que ofrece de todo, desde juegos clásicos hasta experiencias de realidad virtual de última generación. Este enfoque híbrido requiere una gestión operativa sofisticada para optimizar al mismo tiempo tanto la experiencia gastronómica como la de entretenimiento.

Complejidad de otro nivel

Los locales de Dave & Buster's varían mucho en tamaño, desde 30.000 hasta más de 70.000 pies cuadrados, y muchos de ellos cuentan con varias entradas, que a menudo incluyen acceso directo al local y conexión con el centro comercial. Esta complejidad exige conocer con precisión los patrones de flujo de clientes y los niveles de ocupación para ofrecer un servicio excepcional en ambas fuentes de ingresos.

EL RETO:

De la intuición a la inteligencia

Durante años, Dave & Buster's se basó en un mosaico de procesos manuales e indicadores aproximados para entender el rendimiento de sus locales. La empresa utilizaba lo que llamaban «pasadas únicas de Power Card» como indicador aproximado del tráfico, contando básicamente cuántos clientes compraban y usaban sus tarjetas de sala de juegos. Aunque esto les daba información sobre el comportamiento de los clientes en las máquinas recreativas, creaba un punto ciego importante.

Los retos operativos iban más allá del recuento incompleto de clientes. Los gerentes dependían de que los empleados, equipados con contadores manuales, recorrieran la tienda para contar el número de clientes presentes. Se trata de un proceso que lleva mucho tiempo y es poco preciso, y que aleja a personal valioso de la atención al cliente.



> 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

SIN VISIBILIDAD EN TIEMPO REAL DEL TRÁFICO DE CLIENTES, LAS TIENDAS TENÍAN DIFICULTADES PARA:

Optimizar la distribución del personal durante los periodos de mayor y menor actividad

Entender la verdadera segmentación de clientes entre la restauración y el juego

Tomar decisiones basadas en datos sobre el funcionamiento y la distribución de las tiendas

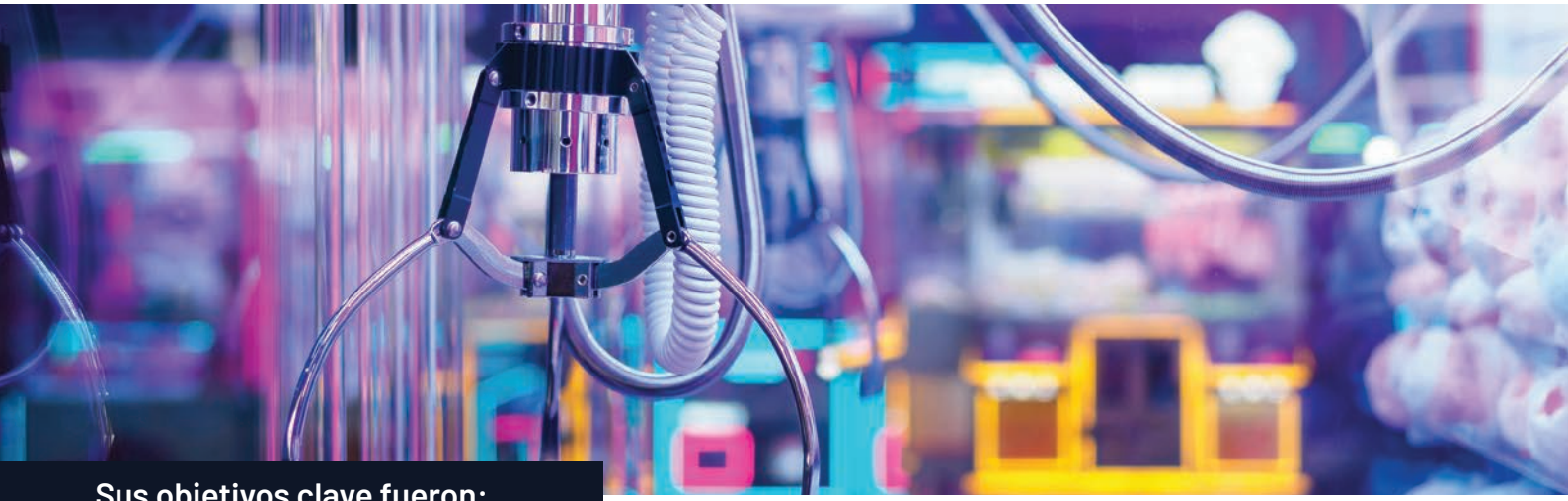
Proporcionar modelos de previsión precisos para la planificación de ingresos



OBJETIVOS:

Jugar para ganar con los datos

La colaboración de Dave & Buster's con RetailNext se centró en transformar sus operaciones mediante un análisis exhaustivo del tráfico de clientes.



Sus objetivos clave fueron:

Visibilidad total del cliente

Ir más allá del indicador aproximado de las Power Cards para registrar a todas las personas que entran en sus locales, tanto si juegan como si comen o hacen ambas cosas.

Inteligencia operativa en tiempo real

Ofrecer a los gerentes acceso inmediato a los datos de ocupación a través de aplicaciones móviles, lo que elimina la necesidad de hacer recuentos manuales y permite que el personal se dedique a la atención al cliente.

Mejor gestión del personal

Utilizar los patrones de tráfico y las métricas de ocupación para optimizar los niveles de personal en las distintas zonas de la tienda, asegurando una cobertura adecuada en las horas punta y controlando los costes en los momentos de menor actividad.

Mayor precisión en las previsiones

Incorporar datos reales de tráfico de clientes como variable clave en los modelos de IA y aprendizaje automático, junto con datos históricos de ingresos y patrones meteorológicos, para mejorar la precisión de las predicciones.

Información sobre la segmentación de clientes

Entender la diferencia entre el número total de visitantes y el de clientes que juegan para atender mejor tanto a los que solo vienen a comer como a los que buscan entretenimiento, lo que, en última instancia, impulsa la venta combinada y las oportunidades de venta cruzada.

Análisis del rendimiento en varias ubicaciones

Fomentar la transparencia en las 177 tiendas para facilitar la comparación de resultados, el intercambio de buenas prácticas y una competencia sana entre los distintos establecimientos.



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



LA SOLUCIÓN:

A jugar: información más inteligente

RetailNext ofrece análisis exhaustivos en tienda que recogen en tiempo real los patrones de tráfico de clientes, los niveles de ocupación y el flujo de clientes en todos los establecimientos físicos. Para el entorno único de doble finalidad de Dave & Buster's, la plataforma proporciona análisis integrados que tienen en cuenta tanto al segmento de clientes del restaurante como al del entretenimiento, mientras que la accesibilidad móvil garantiza que los equipos de gestión puedan supervisar el rendimiento de las tiendas desde cualquier lugar.

Los sensores avanzados de RetailNext recogen datos detallados sobre los visitantes en las distintas zonas de la tienda, lo que permite a Dave & Buster's saber no solo cuánta gente visita sus locales, sino también cómo se mueven por ellos y cómo interactúan con ambas experiencias. La plataforma se integra a la perfección con las herramientas de BI existentes, los datos meteorológicos y las métricas históricas, creando una base sólida para los modelos de aprendizaje automático que permiten realizar previsiones precisas y eliminar los procesos manuales que requieren mucho trabajo.



PUESTA EN MARCHA

PASO 1

Implementación e integración de sistemas

Dave & Buster's implantó la solución Traffic Analytics de RetailNext en toda su red de 177 tiendas, con sensores colocados estratégicamente para registrar el tráfico en todos los puntos de acceso, incluidas las entradas directas a las tiendas y las conexiones con los centros comerciales. El sistema se integró a la perfección con sus herramientas de BI de rendimiento y su arquitectura de lago de datos.

PASO 2

Recopilación y análisis de datos

Los sensores de RetailNext empezaron a recopilar datos exhaustivos de tráfico de clientes, incluyendo el número total de visitantes, los niveles de ocupación, los patrones de entrada y la distribución del flujo de clientes. Estos datos se procesaban automáticamente y se ponían a disposición a través de paneles de control web y aplicaciones móviles, lo que ofrecía visibilidad en tiempo real a los equipos de gestión de todos los niveles.

PASO 3

Información útil

La plataforma permitió mejoras operativas inmediatas, desde eliminar el recuento manual con contadores hasta proporcionar a los gerentes datos de ocupación en tiempo real a través de aplicaciones móviles. Los responsables de las tiendas pudieron acceder a imágenes de vídeo en directo de las zonas de entrada, lo que les permitió supervisar el flujo de clientes y dirigir al personal en consecuencia.

PASO 4

Optimización continua

Se desarrollaron paneles de control intuitivos que combinan el tráfico de clientes, las tendencias de ingresos y los datos meteorológicos, lo que permite a los operadores anticiparse mejor a la demanda. A nivel corporativo, estas herramientas ofrecen visibilidad tanto a nivel de toda la empresa como de cada tienda, lo que permite una planificación financiera y una toma de decisiones estratégicas más precisas.



Cómo se usan los datos para triunfar a lo grande

Optimización del personal en tiempo real

OBJETIVO

Sustituir el recuento manual con contadores y permitir tomar decisiones dinámicas sobre la dotación de personal en función de los niveles reales de ocupación.

SOLUCIÓN

Acceso a través de una app móvil a datos de ocupación en tiempo real, lo que permite a los responsables saber exactamente cuántas personas hay en su local en cualquier momento.

RESULTADO

Ahora, los gerentes pueden hacer ajustes inmediatos en la plantilla: llamar a más miembros del equipo cuando hay más actividad de la prevista u optimizar la cobertura en los momentos de menor actividad, todo ello sin tener que retirar personal del servicio de atención al cliente.

Segmentación de clientes y optimización de ingresos

OBJETIVO

Entender la diferencia entre el tráfico total y los clientes que juegan para identificar oportunidades de venta cruzada.

SOLUCIÓN

Comparar el recuento total de visitantes de RetailNext con el uso de Power Cards únicas para calcular la diferencia: los clientes que solo comen.

RESULTADO

Una visión clara de los segmentos de clientes permite aplicar estrategias específicas de venta combinada, animando a los clientes del restaurante a probar los juegos y a los jugadores a alargar su visita con comida y bebida.

Diseño de tiendas y planificación de inversiones

OBJETIVO

Optimizar la distribución de las tiendas y las inversiones en las entradas durante las reformas, sobre todo en los locales que tengan varios puntos de acceso.

SOLUCIÓN

Análisis de tráfico que muestra la distribución de los visitantes entre las entradas directas a las tiendas y las entradas al centro comercial.

RESULTADO

Decisiones basadas en datos sobre dónde invertir en el diseño y la estética de las entradas, centrando los recursos en los puntos de acceso con mayor tráfico y evitando gastos innecesarios en entradas poco utilizadas.

Comparativas de rendimiento y competencia

OBJETIVO

Fomentar la transparencia y una competencia sana en toda la red de 158 tiendas.

SOLUCIÓN

Acceso a los datos de tráfico en toda la cadena, lo que permite a los responsables consultar las clasificaciones de rendimiento y compararlas con las de otros centros cercanos.

RESULTADO

Mayor concienciación y motivación, ya que los responsables pueden ver la posición de su tienda dentro de la cadena y comparar su rendimiento con el de otros establecimientos de su mercado, lo que impulsa mejoras operativas.

Modelos mejorados de previsión y de inteligencia artificial

OBJETIVO

Mejorar la precisión de las previsiones de ingresos incorporando el tráfico de clientes como variable clave, junto con los datos históricos y los patrones meteorológicos.

SOLUCIÓN

Integración de los datos de tráfico de RetailNext en los modelos de aprendizaje automático existentes que ya utilizaban datos históricos de ingresos y meteorológicos.

RESULTADO

Unas previsiones diarias más precisas permiten gestionar mejor el stock, optimizar la dotación de personal y planificar mejor las operaciones en las áreas de restauración, mantenimiento de la sala de juegos y atención al cliente.





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



CONCLUSIÓN:

Estrategia mejorada

La transformación de Dave & Buster's, que ha pasado de procesos manuales a operaciones basadas en datos, demuestra cómo el análisis de datos en el sector minorista puede revolucionar los modelos de negocio. Al sustituir las conjeturas por información en tiempo real, la empresa permite a su dirección optimizar la dotación de personal y las inversiones, además de fomentar la transparencia en todas las tiendas.

Cabe destacar que la integración de datos de tráfico de clientes, datos históricos y meteorológicos en los modelos de previsión ha cambiado su forma de planificar estratégicamente, lo que les ayuda a anticiparse mejor a las necesidades de los clientes y a ofrecer experiencias de ocio y gastronomía de primera.

RetailNext



ACERCA DE RETAILNEXT

RetailNext, la primera plataforma tecnológica en llevar el análisis de comportamiento de los compradores, al estilo del comercio electrónico, a las tiendas físicas, las marcas y los centros comerciales, es pionera en centrarse exclusivamente en optimizar la experiencia del comprador. A través de su plataforma SaaS centralizada, RetailNext recopila y analiza automáticamente los datos sobre el comportamiento de los compradores, lo que proporciona a los minoristas información para mejorar la experiencia del comprador en tiempo real.

600+
marcas de todo el mundo

100+
países

2007
año de fundación