

CASO DE ÉXITO

UNTUCKit

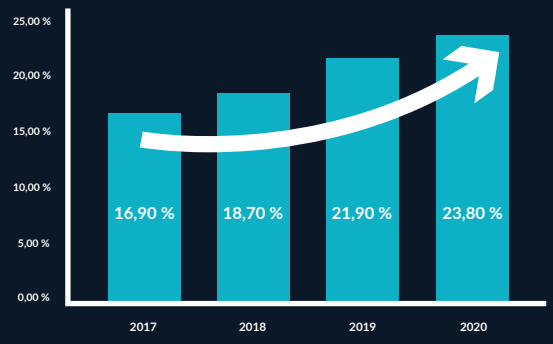
Cómo una marca nativa digital impulsa la conversión en sus tiendas físicas con RetailNext

RetailNext



UNTUCKit confía en RetailNext

- **~40 %** de ahorro en infraestructura de TI y sistemas
- **18 %** más rendimiento por comprador (año en curso)
- **6,9** puntos porcentuales más de conversión (2017 - 2020)



Antecedentes

UNTUCKit es la querida creación de Chris Riccobono, a quien se le ocurrió este concepto de negocio único tras hablar con muchos hombres sobre sus problemas con el ajuste de la ropa. En 2011, Chris incorporó a su compañero de clase de la Columbia University, Aaron Sanandres, para que le ayudara a convertir la idea en un negocio independiente. Y lo que empezó como un proyecto paralelo se convirtió rápidamente en una de las marcas de ropa masculina con mayor crecimiento de EE. UU. Hoy en día, la marca UNTUCKit es sinónimo de clase y estilo: la camisa perfecta para llevar por fuera, que se adapta a todas las siluetas y tallas con el largo justo.

Como marca nativa digital, UNTUCKit fue una de las primeras empresas de comercio electrónico en ampliar su presencia abriendo tiendas físicas. En 2015, abrió su primera tienda física en el SoHo de Nueva York, tras el enorme interés mostrado por sus clientes online por poder tocar y ver los productos de cerca. Desde entonces, UNTUCKit ha abierto 86 tiendas y tiene planes de seguir creciendo en el futuro.

El reto: llevar el análisis de compradores del comercio electrónico a las tiendas físicas

En sus inicios, UNTUCKit vendía directamente al consumidor y su equipo estaba acostumbrado a recibir montones de datos sobre su página web, donde se puede medir cada aspecto de la presencia online. Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail de UNTUCKit, se incorporó al equipo para ayudar a ampliar la presencia física de la marca. Según cuenta, al principio los datos de sus tiendas carecían de la amplitud y profundidad en las que se basa una empresa orientada a los datos como UNTUCKit.



Los datos eran de carácter anecdótico y se basaban en gran medida en las experiencias de los gerentes de las tiendas.



La falta de métricas de referencia para medir con precisión el tráfico y, por extensión, la conversión en las tiendas.



No se podían verificar las cifras de tráfico ni las tasas de conversión que daban los gerentes de las tiendas.



Los vendedores contaban cada grupo de clientes como uno solo.





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.

¿Por qué RetailNext?

Antes de unirse al equipo de UNTUCKit, Brent ya había implementado con éxito la plataforma RetailNext para otro minorista. Por eso, Brent sabía que había algunas ventajas concretas de RetailNext que encajarían especialmente bien con UNTUCKit a medida que la empresa fuera creciendo.

1

RetailNext garantiza datos de tráfico con una precisión líder en el sector

El sensor IoT todo en uno, Aurora®, detecta a las personas diez veces por segundo para garantizar la máxima precisión en el seguimiento.

2

Los clientes de RetailNext pueden ver los datos de la tienda en tiempo real

Los datos están disponibles en cuestión de segundos en la interfaz de usuario y las API, lo que permite a los vendedores de las tiendas de UNTUCKit acceder a ellos al instante.

3

Los datos de RetailNext permiten actuar

Los usuarios pueden acceder a varios paneles de control para tener una visión general de todos sus KPI. Las tiendas de UNTUCKit podrían aprovechar la IA para predecir tendencias de tráfico y ofrecer recomendaciones automáticas.

4

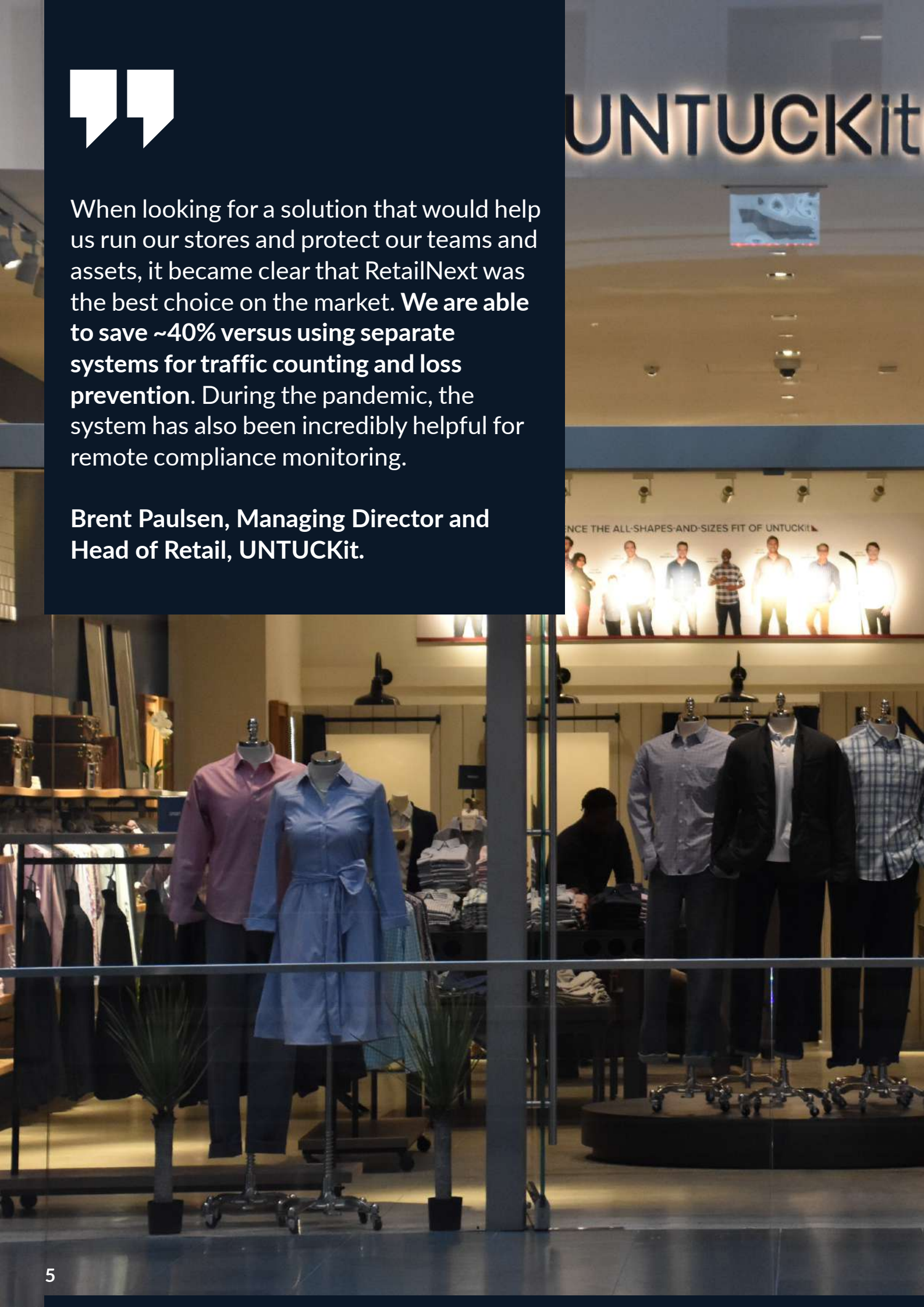
Los datos de RetailNext son verificables

Acceso inmediato a vídeos grabados en alta resolución para realizar fácilmente auditorías independientes sin coste adicional. La grabación en vídeo HD está disponible para su validación (en un plazo de 30 días).

5

RetailNext se integra fácilmente con los sistemas existentes

Como los datos de punto de venta, los sistemas de gestión de personal y los calendarios promocionales. A UNTUCKit le interesaba especialmente poder consultar los datos de tráfico y de punto de venta en una sola plataforma.



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.

Cómo utilizó UNTUCKit sus datos de RetailNext

Operaciones minoristas

Al invertir en la plataforma RetailNext, UNTUCKit pudo acceder a datos precisos y útiles que le permitieron **identificar áreas de mejora** e **impulsar la conversión de clientes**.

Al analizar los datos de tráfico...



UNTUCKit consiguió **establecer unas métricas de referencia precisas para todo su tráfico**. Esto ayudó a identificar y prever los periodos de mayor afluencia, de modo que los gerentes de las tiendas pudieran planificar las tareas diarias del personal durante las horas de menor afluencia (por ejemplo, el recuento de existencias) y reservar toda la plantilla para las horas punta.



Los gerentes de las tiendas también recibieron recomendaciones sobre **cómo optimizar los horarios de su personal** analizando los datos de dotación de personal junto con los de tráfico. Así, UNTUCKit pudo aumentar la plantilla cuando era necesario y reducirla cuando el tráfico era bajo, sin que por ello se viera afectada la tasa de conversión.



También se **detectaron oportunidades para ajustar el horario de apertura en algunos establecimientos**. La ampliación del horario ayudó al minorista a aumentar el tráfico de clientes y a captar ventas a última hora. Otros establecimientos, donde el tráfico iba en descenso, ajustaron las horas de trabajo en consecuencia, lo que les permitió conseguir un ahorro significativo en los costes.

Al analizar la tasa de conversión...



UNTUCKit consiguió **establecer unos KPI bien definidos basados en las tendencias del sector**. El equipo corporativo también pudo comparar el rendimiento de las tiendas entre sí y con respecto a los objetivos generales.



La plataforma RetailNext permitió a UNTUCKit **identificar con precisión a los empleados con mejor rendimiento para premiarlos y reconocer su labor**, además de tomar decisiones empresariales acertadas para **mejorar las tiendas con bajo rendimiento.**



Los gerentes de tienda tenían información clave sobre sus indicadores frente al año anterior, tiendas similares y objetivos. En función de ellos, la plataforma RetailNext **recomendaba acciones en tienda para mejorar los resultados**.



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.

Operaciones de marketing

El equipo de marketing de UNTUCKit también ha aprovechado los datos y análisis de RetailNext para medir la eficacia y la eficiencia de las campañas. Alberto Corral, VP of Marketing de UNTUCKit, cuenta que su equipo ha llevado a cabo varias campañas diseñadas para atraer clientes a las tiendas y, así, aumentar las tasas de conversión. Usaron la plataforma de RetailNext para unificar sus iniciativas de comercio electrónico y de tiendas físicas, conectando los recorridos online y offline.

Elegir los canales de marketing



Al principio, el mercado objetivo principal de UNTUCKit eran los hombres. Con el paso de los años, se han dado cuenta de que una gran parte de su clientela son mujeres que compran para los hombres.



Al analizar los datos demográficos, como el género, disponibles a través de la plataforma RetailNext, el equipo de marketing de UNTUCKit pudo tomar decisiones más fundamentadas sobre los espacios publicitarios que contrataba.



Por ejemplo, si los datos demográficos de una tienda de UNTUCKit indicaban que había más clientas que compraban para hombres, el equipo de marketing usaba esos datos de audiencia para poner un anuncio en un periódico local con un mayor número de lectoras.

Medir los canales de marketing



TV y radio

Las campañas locales de televisión y radio pueden incluir un mensaje final con una llamada a la acción para visitar la tienda local de UNTUCKit (por ejemplo, mencionar el anuncio para obtener un 10 % de descuento). UNTUCKit pudo evaluar esa campaña analizando los datos de tráfico de clientes registrados durante la campaña.



Periódicos o revistas locales

Al comprar espacio publicitario en un periódico o una revista local, UNTUCKit incluyó una llamada a la acción para atraer clientes a una tienda concreta. UNTUCKit pudo evaluar esa campaña analizando los datos de tráfico de clientes registrados durante la campaña.



Correo directo

Al repartir postales o folletos plegables en las zonas locales, UNTUCKit incluyó una llamada a la acción para que los destinatarios visitaran la tienda local (por ejemplo, mencionando el anuncio para obtener un 10 % de descuento). UNTUCKit pudo evaluar esa campaña analizando los datos de tráfico de clientes registrados durante la campaña.

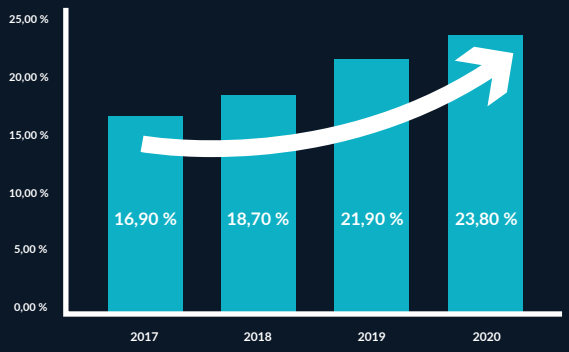


My team would not be able to run effective marketing campaigns if it wasn't for RetailNext because we need to be able to measure the efficiency of every campaign. At the end of the day, you have to make every dollar work especially hard for you. There's a whole slew of KPIs via the RetailNext platform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

Alberto Corral, VP of Marketing at UNTUCKit.

Los resultados: más eficiencia en todos los ámbitos

- **~40 %** de ahorro en infraestructura informática y de sistemas
- **18 %** de aumento del rendimiento por comprador (en lo que va de año)
- **6,9** puntos porcentuales más de conversión (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.

Hacia una cultura de conversión

Sacar más partido a la conversión de clientes

Ahora que dispone de tasas de conversión precisas, UNTUCKit puede comparar su rendimiento con el de otros minoristas. Y esto ha obligado a la marca a replantearse cómo interactúa con los clientes en la tienda.

Experiencia del cliente

Mejor formación del personal

Los datos sobre las interacciones entre vendedores y clientes revelaron a UNTUCKit la necesidad de formar mejor a su personal. Desde entonces, ha pasado de un modelo transaccional a uno basado en el servicio y en la venta de productos de mayor valor.

Ventas

Mayor eficiencia y productividad

UNTUCKit consiguió maximizar la productividad de su personal utilizando el Optimization Dashboard de RetailNext para entender las tendencias y patrones generales y aprovechar esa información para mejorar la planificación de turnos.

Marketing

Reducir el gasto en campañas

UNTUCKit ha conseguido un ahorro enorme en el presupuesto de sus campañas de marketing gracias a una mayor eficiencia y eficacia.

RetailNext

Acerca de RetailNext

RetailNext, la primera plataforma tecnológica en llevar el análisis de compradores al estilo del comercio electrónico a las tiendas físicas, las marcas y los centros comerciales, es pionera en centrarse por completo en optimizar la experiencia del comprador. A través de su plataforma SaaS centralizada, RetailNext recopila y analiza automáticamente 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