

CASO DE ÉXITO

New West KnifeWorks

Cómo estos artistas culinarios lograron
+75 % de conversión con RetailNext

RetailNext



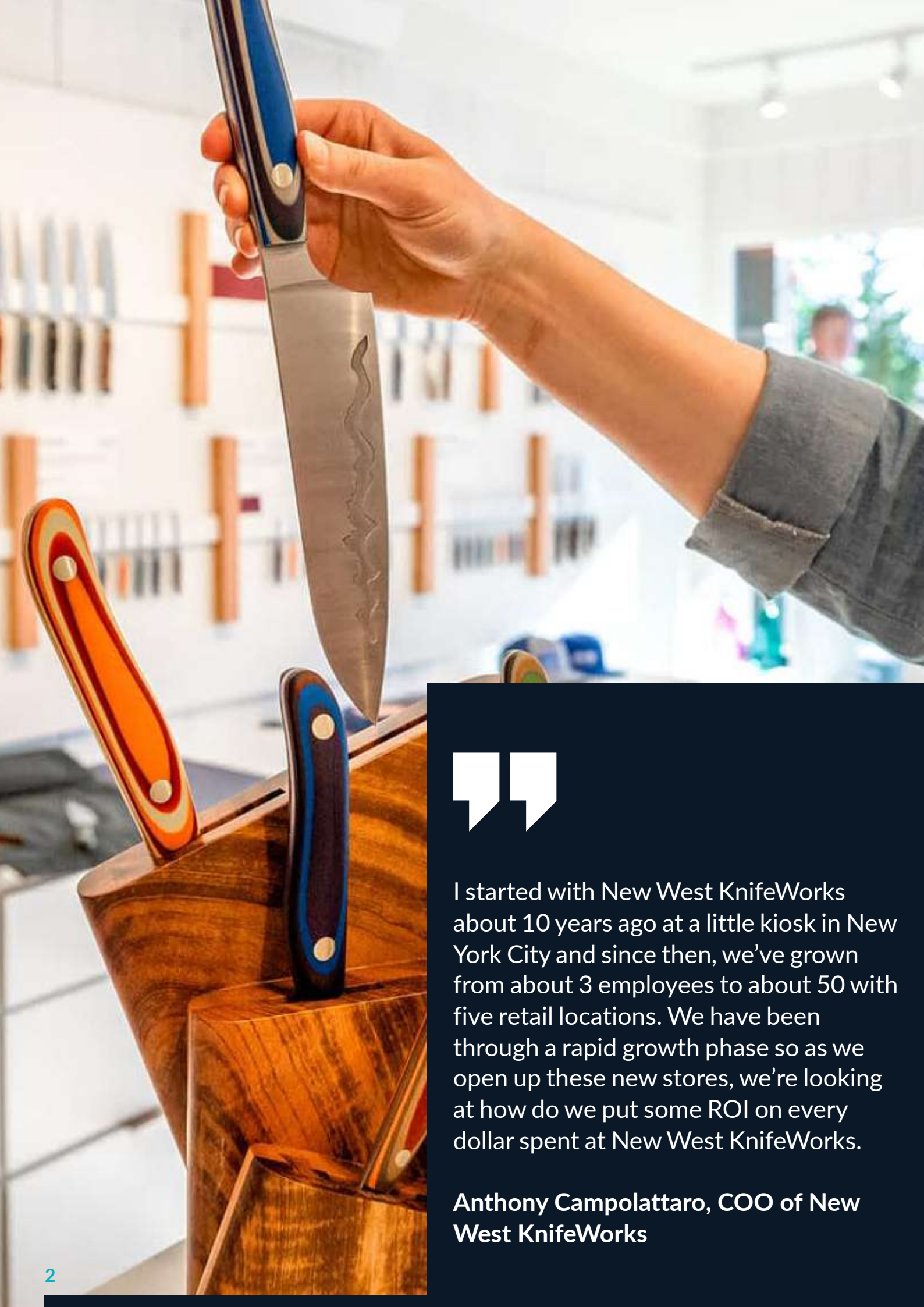
New West KnifeWorks consigue sus objetivos gracias a RetailNext

- **32 %** de aumento del tráfico de clientes (interanual)
- **75 %** de aumento de la tasa de conversión (interanual)

Antecedentes

Si cocinar es un arte, entonces el cuchillo es el pincel del artista. Ese es el lema de New West KnifeWorks, un conocido minorista estadounidense dedicado a fabricar a mano cuchillos de primera categoría para los artistas culinarios. Desde sus inicios, el objetivo de New West KnifeWorks ha sido fabricar los cuchillos de mejor calidad del mundo, al tiempo que diseña obras de arte que inspiran la excelencia en la preparación de la comida y embellecen la cocina. Su trabajo goza de gran reconocimiento en muchas de las principales ferias de arte con jurado de EE. UU. y ha ganado varios premios.

Con sede en la preciosa localidad de Jackson Hole, en Wyoming, esta empresa única nació de la pasión de su fundador, Corey Milligan, mientras trabajaba como cocinero de línea en restaurantes locales. Unos años más tarde, Milligan conoció a su viejo amigo y ahora COO de New West KnifeWorks, Anthony Campolattaro, ¡y el resto, como se suele decir, ya es historia!



I started with New West KnifeWorks about 10 years ago at a little kiosk in New York City and since then, we've grown from about 3 employees to about 50 with five retail locations. We have been through a rapid growth phase so as we open up these new stores, we're looking at how do we put some ROI on every dollar spent at New West KnifeWorks.

Anthony Campolattaro, COO of New West KnifeWorks

El reto: «Si no se mide, no se mejora»

A medida que el negocio de New West KnifeWorks seguía creciendo, Anthony y su equipo sabían que tenían que disponer de datos relevantes sobre sus tiendas para poder crecer de forma eficaz. Además, necesitaban medir el tráfico de clientes en las tiendas, que era el indicador clave de rendimiento más importante para ellos.



Medir con precisión el tráfico de clientes y determinar la «realidad sobre el terreno».



Comparar el rendimiento de la tienda con el de otras tiendas similares y con los KPI establecidos.



Aprovechar las oportunidades de ventas y marketing en tienda.





You know we have this kind of mantra at New West KnifeWorks, ‘if it doesn't get measured, it doesn’t get improved’. And RetailNext has been instrumental in our growth because of the ability to measure traffic and conversion. Our thinking is, if you hire well, and you train well, then all you need is to provide the data to be measured.

Anthony Campolattaro, COO of New West KnifeWorks



La solución: maximizar el retorno de la inversión en tienda mediante decisiones basadas en datos

A Anthony y al equipo de New West KnifeWorks les recomendaron que colaboraran con RetailNext para alcanzar sus objetivos. Al invertir en la plataforma de RetailNext, New West KnifeWorks pudo:

Recopilar y medir el comportamiento de los compradores con una precisión líder en el sector.

Obtener información inmediata sobre el rendimiento de la tienda gracias a métricas clave como el tráfico, la conversión y el valor medio de transacción (ATV).

Identificar exactamente qué se necesitaba para alcanzar sus objetivos, con recomendaciones concretas basadas en las tendencias de los datos actuales y pasados.



¿Por qué RetailNext?

1

RetailNext garantiza una precisión líder en el sector en cuanto a datos de tráfico.

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 ven datos de tienda en tiempo real

Los datos están disponibles en segundos en la interfaz de usuario y las API, estén donde estén tus tiendas en el mundo. Muestra datos de tráfico en tiempo real y métricas de rendimiento de la integración con el punto de venta (POS) y la gestión del personal.

3

Los clientes de RetailNext pueden medir y mejorar la conversión

Al integrar los datos de tráfico y de punto de venta, los usuarios pueden ver mediciones precisas de sus tasas de conversión y recibir recomendaciones sobre cómo mejorar el rendimiento deficiente.

4

Los datos de RetailNext son verificables

Después de la instalación, se comprueba manualmente la precisión de cada sensor mediante una grabación de vídeo y comparándola con los resultados de la solución. Hay una grabación de vídeo en HD disponible para su validación (en un plazo de 30 días).

5

Los datos de RetailNext son útiles para la toma de decisiones

Los usuarios pueden acceder a varios paneles de control para tener una visión general de todos los KPI. La plataforma RetailNext utiliza la inteligencia artificial para ofrecer previsiones de tendencias de tráfico y recomendaciones automáticas.

Cómo utilizó New West KnifeWorks los datos de RetailNext

Al analizar los datos de tráfico...



New West KnifeWorks consiguió **establecer unos indicadores de referencia precisos para todo su tráfico**. Los gerentes de las tiendas pudieron planificar las tareas diarias del personal durante las horas de menor actividad (por ejemplo, el recuento de existencias) y reservar toda la plantilla para las horas de mayor afluencia.



New West KnifeWorks ha podido **identificar y prever sus períodos de mayor tráfico por temporada**. Como sus tiendas están situadas en localidades turísticas, la clientela de New West KnifeWorks es estacional. Ahora pueden optimizar su negocio basándose en las previsiones de sus períodos de mayor tráfico.

Al analizar los datos demográficos y de recorrido



New West KnifeWorks pudo **analizar el perfil de sus clientes** basándose en los datos demográficos disponibles a través de la plataforma RetailNext. Por su parte, los mapas de recorrido revelaron cómo los clientes de New West KnifeWorks se mueven por sus tiendas, interactúan y realizan compras de formas diferentes.



Estos dos datos, juntos, ayudaron a New West KnifeWorks a entender **quién entra en sus tiendas y qué productos o expositores hacen que se queden**. New West KnifeWorks ha aprovechado esta información para mejorar su estrategia de exposición de productos y dirigirse a clientes concretos con argumentos de venta personalizados sobre selecciones específicas de productos.



New West KnifeWorks también es capaz de identificar **qué interacciones entre los vendedores y los clientes influyen más en la conversión y en la rotación** de productos y expositores concretos.



Al analizar la tasa de conversión...

New West KnifeWorks consiguió **establecer unos indicadores clave de rendimiento (KPI) bien definidos**. El equipo directivo pudo comparar el rendimiento de las tiendas entre sí, así como con los objetivos generales de la empresa.

La plataforma RetailNext permitió a New West KnifeWorks **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**.

Además, se dio a los gerentes de tienda la posibilidad de ajustar el rumbo al ver su rendimiento en tiempo real, comparándolo con el del año pasado, con el de sus compañeros y con los objetivos. En función de su rendimiento, la plataforma RetailNext recomendaba medidas que se podían poner en práctica en las tiendas para mejorar los resultados.



El resultado: convertir a más visitantes en compradores

- **32 %** de aumento del tráfico de clientes (interanual)
- **75 %** de aumento de la tasa de conversión (interanual)

Experiencia del cliente

Al conocer mejor quién es su cliente y qué espera de ellos, New West KnifeWorks ha podido mejorar la experiencia en la tienda, lo que se ha traducido en recorridos de compra más largos y en un aumento del valor medio de la cesta de la compra.

Ventas y marketing

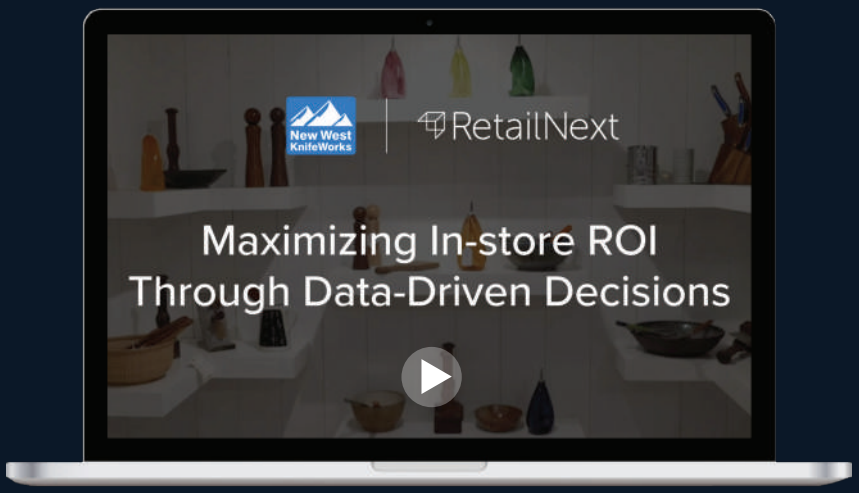
New West KnifeWorks ha podido evaluar el impacto de la distribución de la tienda, la colocación de los productos y otras decisiones de merchandising en la participación de los clientes y en los indicadores de rendimiento de la tienda, como la tasa de conversión, el valor medio de la transacción (ATV) y el rendimiento por comprador.

Rendimiento

Anthony dice que la plataforma RetailNext ha ayudado a New West KnifeWorks a llevar a cabo evaluaciones eficaces en cada tienda.

We've been able to answer some big 'aha' questions with RetailNext. We always knew we had a strong retail team but now we get to establish benchmarks. RetailNext has been able to measure a lot of cool things for us. As New West KnifeWorks grows, so does our partnership with RetailNext.

Anthony Campolattaro, COO of New West KnifeWorks



VER AHORA

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 exclusivamente 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