RetailNext



CASO DE ÉXITO

Convertir el tráfico en una ventaja para toda la red

Cómo Shoe Palace convirtió su ratio TPLH (tráfico por hora de trabajo) en rendimiento medible, usando el análisis de tráfico de RetailNext para detectar las horas punta en más de 250 tiendas y lograr un **aumento medio del 10 % en la conversión al segundo año**.

HISTORIA DE LA MARCA

Shoe Palace, fundada en San José (California) en 1993 por la familia Mersho, ha pasado de ser una simple tienda a convertirse en uno de los principales minoristas de zapatillas y ropa urbana del país. Hoy en día, cuenta con más de 250 tiendas repartidas por el oeste y el sur de Estados Unidos, con fuertes vínculos con la cultura de las zapatillas y colaboraciones de larga duración con marcas como Nike, Jordan y Adidas.

Ese crecimiento ha supuesto ampliar la red de tiendas en entornos muy distintos, desde centros comerciales muy concurridos hasta tiendas independientes en la calle, cada una con sus propios patrones de tráfico y necesidades de personal.



EL RETO: Optimizar basándose en el instinto

Durante años, Shoe Palace gestionó sus tiendas sin una forma fiable de medir el rendimiento en relación con la demanda. Las cifras de ventas le decían al equipo lo que había pasado, pero no por qué, ni si un día con poca actividad era realmente tan flojo.

> "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

Sin datos de tráfico, las conversaciones sobre el rendimiento de las tiendas se basaban en el instinto. Las hipótesis de la dirección sobre las horas punta, las necesidades de personal y las comparaciones entre tiendas no tenían ningún punto de referencia con el que contrastarlas.

David Lizak, que ha dedicado toda su carrera al comercio minorista de zapatillas deportivas, lo explicó de forma sencilla: «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.»



LA SOLUCIÓN: Crear una cultura basada en los datos, tienda por tienda

Shoe Palace empezó a implantar las soluciones de tráfico de RetailNext en 2018 y, para cuando David se unió al equipo en 2019, el reto ya no era la implantación, sino la formación.

Mantener la sencillez

En lugar de abrumar a los equipos de las tiendas con métricas complejas, Shoe Palace tradujo los datos de tráfico en términos sencillos y prácticos. En lugar de pedir a un empleado a tiempo parcial que calculara los porcentajes de conversión, el equipo reformuló los objetivos en función de lo que el personal ya entendía: atender a un cliente más que ayer.

Crear un lenguaje común

Shoe Palace ha creado un ratio entre personal y afluencia de clientes, conocido como «TPLH», que permite a cada gerente de tienda saber de forma intuitiva si un turno cuenta con el personal adecuado. Este ratio convierte una cifra abstracta en una pregunta que cualquier empleado puede responder: ¿podemos tú y yo atender a tantos clientes en una hora?

Normalizar en toda una red de tiendas diversa

Con tiendas repartidas por California, Texas, Arizona, Nevada y Florida, no hay dos establecimientos iguales. TPLH permitió a Shoe Palace comparar el rendimiento de forma justa, teniendo en cuenta si las tiendas estaban en centros comerciales o en la calle, en lugar de aplicar el mismo criterio a todas las tiendas.

LOS RESULTADOS: De las corazonadas a los hechos

Un aumento medio de la tasa de conversión del 10 % respecto al año anterior, conseguido por Shoe Palace en su segundo año de seguimiento y formación basada en datos. Una tienda pasó de una tasa de conversión del 15 % a casi el 17 % en ese periodo.

Una planificación laboral más inteligente

TPLH proporcionó al equipo operativo de Shoe Palace un punto de referencia sólido sobre la dotación de personal que se adapta según el tipo de tienda. Al mostrar a los equipos exactamente cuándo se producían los picos de actividad y cuánto variaban estos de una tienda a otra, los gerentes pudieron orientar al personal de forma específica y agregar los datos para planificar toda la red de tiendas.

Comparativas justas de tiendas

Dos tiendas situadas a unas pocas millas de distancia, como la tienda original de Shoe Palace en San José y otra en un centro comercial cercano, pueden no tener nada que ver en cuanto a patrones de tráfico o perfil demográfico. Los datos de RetailNext permiten a Shoe Palace comparar entre sí tipos de tiendas similares, en lugar de forzar una comparación de peras con manzanas.

Mejores decisiones interdepartamentales

Los equipos de marketing y de producto ya no se basan únicamente en suposiciones relacionadas con las ventas para determinar dónde es mayor la demanda. Ahora, los datos de tráfico y demográficos sirven de base para las decisiones sobre la asignación de existencias y la estrategia regional.

Cuestionar las suposiciones con datos históricos

Cuando los gerentes pensaban que ya conocían el ritmo de su tienda, las horas punta y las necesidades de personal, Shoe Palace empezó a contrastar esas suposiciones con los datos de tráfico históricos. El resultado: se identificaron oportunidades perdidas durante los periodos de mayor afluencia que habían pasado desapercibidas durante años.



EL PRODUCTO QUE HAY DETRÁS DE LOS RESULTADOS

El ratio TPLH (tráfico por hora de trabajo) de Shoe Palace y la planificación de personal para toda la red de tiendas funcionan con **RetailNext Traffic Analytics**, que transforma los datos brutos de tráfico de clientes en recomendaciones de dotación de personal, tasas de conversión reales y comparativas entre tiendas.

Dimensionar cada turno Las recomendaciones de dotación de personal basadas en IA ajustan la plantilla al tráfico previsto y real, la misma lógica que hay detrás de el ratio TPLH de Shoe Palace.	**Ver la conversión real** Los datos de tráfico se conectan con el TPV para mostrar la tasa de conversión real, no una estimación basada solo en las ventas.	**Comparar tiendas de forma justa** La comparativa normalizada por tráfico evalúa una tienda de centro comercial y una de calle con criterios realistas, adecuados a cada formato.

CON TECNOLOGÍA DE AURORA®

Cada cifra que hay detrás de las decisiones de Shoe Palace en materia de personal parte de un solo dispositivo. Aurora® es el sensor IoT «todo en uno» de RetailNext, que ofrece un recuento de personas con una precisión del 95 al 99 %, auditado manualmente en cada instalación, a partir de una única unidad montada en el techo.

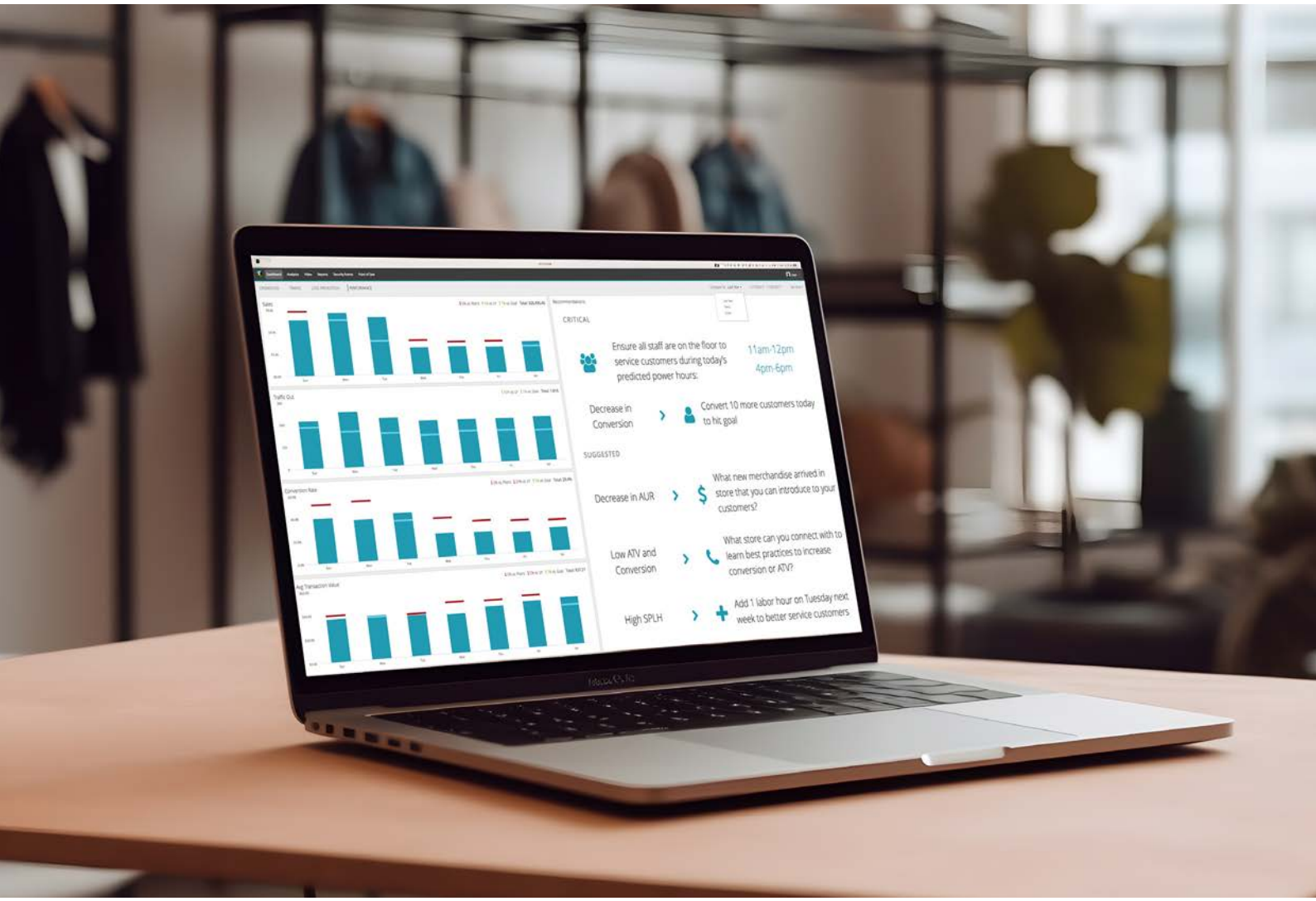
Para una red que abarca varios estados y distintos formatos de tienda, esa precisión es lo que hace que la planificación de la mano de obra sea fiable a gran escala. Un solo sensor, un estándar de datos uniforme en todas las tiendas.



UNA VISIÓN UNIFICADA DEL RENDIMIENTO DE LA TIENDA

Shoe Palace combina los datos de tráfico de RetailNext con plataformas de planificación de personal como StoreForce, lo que permite ver en una sola pantalla el TPLH, las ventas por hora y los metros cuadrados. Esta integración ayuda al equipo a identificar las horas de mayor actividad y los periodos de máxima afluencia con todo detalle, tienda por tienda, algo que antes de que existieran los datos de tráfico era imposible de saber.

RetailNext



ACERCA DE RETAILNEXT

RetailNext ofrece una precisión líder en el sector, entre el 95 % y el 99 %, gracias a los sensores Aurora basados en IA, y ofrece una visibilidad completa del recorrido del cliente, desde que entra hasta que compra y se va. La plataforma ofrece vídeo y análisis en tiempo real con recomendaciones predictivas basadas en una metodología de «prueba y aprendizaje». Diseñada para facilitar la implementación y la gestión de TI, es una plataforma nativa de la nube y segura que permite un enfoque de colaboración estratégica a largo plazo, con una aportación de valor sostenida y una escalabilidad global probada en diversos mercados y culturas.

600+
marcas de todo el mundo

100+
países

2007
año de fundación