

ÉTUDE DE CAS

Transformer l'exploitation avec Traffic Analytics en temps réel

RetailNext



HISTORIQUE DE LA MARQUE

Dave & Buster's est la destination de référence aux États-Unis pour le divertissement et la restauration, alliant une cuisine digne d'un restaurant à une vaste salle d'arcade proposant des centaines de jeux. Avec 177 établissements répartis à travers les États-Unis, l'entreprise a bâti sa réputation en créant des expériences mémorables où familles et amis peuvent « manger, boire, jouer et regarder » ensemble.

Le modèle unique à double source de revenus de la marque lui permet de se démarquer dans le secteur du divertissement. Les clients bénéficient à la fois d'un service de restauration et d'une vaste salle d'arcade proposant aussi bien des jeux classiques que des expériences de réalité virtuelle de pointe. Cette approche hybride nécessite une gestion opérationnelle sophistiquée afin d'optimiser simultanément l'expérience de restauration et celle de divertissement.

Sites complexes : niveau supérieur

La superficie des établissements Dave & Buster's varie considérablement, allant de 30 000 à plus de 70 000 pieds carrés ; bon nombre d'entre eux disposent de plusieurs entrées, souvent un accès direct à l'établissement et un accès depuis le centre commercial. Cette complexité exige une compréhension précise des flux de clientèle et des niveaux d'occupation afin d'offrir un service exceptionnel pour ces deux sources de revenus.

LE DÉFI :

De l'intuition à l'analyse

Pendant des années, Dave & Buster's s'est appuyé sur un ensemble hétéroclite de processus manuels et d'indicateurs de substitution pour évaluer les performances de ses établissements. L'entreprise utilisait ce qu'elle appelait les « passages uniques de Power Card » comme indicateur de fréquentation, en comptant essentiellement le nombre de clients ayant acheté et utilisé leur carte de jeu. Si cette méthode permettait de mieux comprendre le comportement des clients joueurs, elle créait toutefois un angle mort important.

Les difficultés opérationnelles ne se limitaient pas à un comptage incomplet des clients. Les directeurs d'établissement comptaient sur des membres de l'équipe munis de compteurs manuels pour parcourir l'établissement et compter les personnes présentes. Ce processus chronophage et imprécis détourne un personnel précieux du service client.



> 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

SANS VISIBILITÉ EN TEMPS RÉEL SUR LA FRÉQUENTATION RÉELLE, LES MAGASINS ONT EU DU MAL À :

Optimiser la répartition du personnel pendant les périodes de forte affluence et les périodes creuses

Comprendre la véritable segmentation de la clientèle entre la restauration et les jeux

Prendre des décisions fondées sur les données concernant l'exploitation et l'agencement des magasins

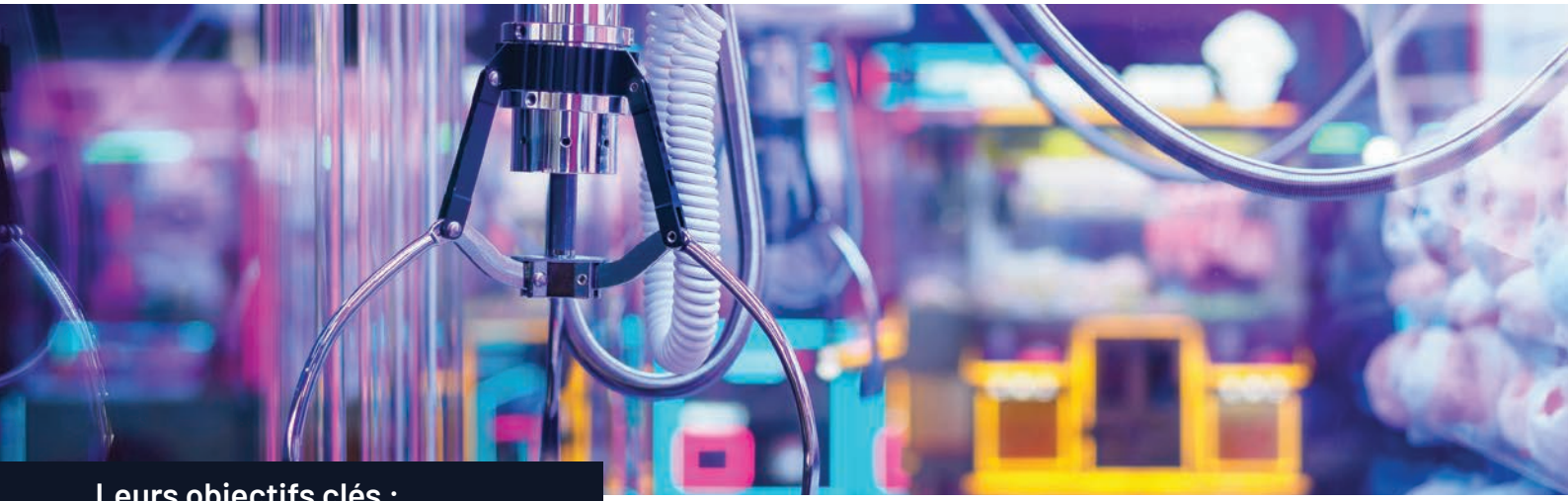
Fournir des modèles de prévision précis pour la planification du chiffre d'affaires



OBJECTIFS :

Jouer pour gagner grâce aux données

Le partenariat entre Dave & Buster's et RetailNext visait à transformer ses opérations grâce à une analyse approfondie de la fréquentation.



Leurs objectifs clés :

Visibilité totale sur la clientèle

Aller au-delà des indicateurs indirects tirés des Power Cards pour recenser toutes les personnes entrant dans leurs établissements, qu'elles aient joué à des jeux d'arcade, pris un repas ou profité des deux.

Intelligence opérationnelle en temps réel

Permettre aux directeurs d'établissement d'accéder instantanément aux données d'occupation via des applications mobiles, ce qui supprime les comptages manuels et libère du personnel pour le service client.

Gestion optimisée des effectifs

Utiliser les tendances de fréquentation et les indicateurs d'occupation pour optimiser les effectifs dans les différentes zones du magasin, afin de garantir une présence suffisante pendant les périodes de forte affluence tout en maîtrisant les coûts pendant les périodes plus calmes.

Amélioration de la précision des prévisions

Intégrer les données de fréquentation réelle comme variable essentielle dans les modèles d'IA et d'apprentissage automatique, aux côtés des données historiques de chiffre d'affaires et des tendances météorologiques, afin d'améliorer la précision des prévisions.

Analyse de la segmentation client

Comprendre l'écart entre le nombre total de visiteurs et celui des clients joueurs afin de mieux servir à la fois les clients venus uniquement pour se restaurer et ceux qui viennent avant tout pour se divertir, et, à terme, développer les achats complémentaires et les opportunités de ventes croisées.

Analyse des performances sur plusieurs sites

Assurer la transparence dans l'ensemble des 177 magasins afin de permettre l'analyse comparative des performances, le partage des meilleures pratiques et une saine concurrence entre les différents sites.



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 SOLUTION :

C'est parti pour des analyses plus fines

RetailNext fournit des analyses complètes en magasin qui permettent de suivre en temps réel les schémas de fréquentation, les taux d'occupation et les flux de clients dans l'ensemble des établissements physiques. Pour l'environnement unique à double vocation de Dave & Buster's, la plateforme propose des analyses intégrées qui prennent en compte à la fois les segments de clientèle liés à la restauration et ceux liés au divertissement, tandis que l'accessibilité mobile permet aux équipes de direction de suivre les performances des magasins où qu'elles se trouvent.

Les capteurs avancés de RetailNext collectent des données détaillées sur les visiteurs dans les différentes zones des magasins, ce qui permet à Dave & Buster's de comprendre non seulement le nombre de personnes qui se rendent dans leurs établissements, mais aussi la manière dont elles se déplacent et interagissent avec les deux types d'expériences proposées. La plateforme s'intègre parfaitement aux outils de BI existants, aux données météorologiques et aux indicateurs historiques, créant ainsi une base solide pour les modèles d'apprentissage automatique qui permettent d'établir des prévisions précises et d'éliminer les processus manuels fastidieux.



MISE EN ŒUVRE

ÉTAPE 1

Déploiement et intégration système

Dave & Buster's a déployé la solution Traffic Analytics de RetailNext dans l'ensemble de son réseau de 177 magasins, avec des capteurs placés stratégiquement pour mesurer la fréquentation à tous les points d'accès, y compris les entrées directes des magasins et les accès depuis les centres commerciaux. Le système s'est intégré de manière transparente à leurs outils de performance BI et à leur architecture de lac de données.

ÉTAPE 2

Collecte et analyse des données

Les capteurs de RetailNext ont commencé à collecter des données de fréquentation complètes, notamment le nombre total de visiteurs, les taux d'occupation, les habitudes d'accès et la répartition des flux de clients. Ces données ont été automatiquement traitées et mises à disposition à la fois via des tableaux de bord en ligne et des applications mobiles, offrant ainsi une visibilité en temps réel aux équipes de direction à tous les niveaux.

ÉTAPE 3

Des enseignements exploitables

La plateforme a permis des améliorations opérationnelles immédiates, de la suppression du comptage manuel au compteur à la mise à disposition, pour les directeurs d'établissement, de données d'occupation en temps réel via des applications mobiles. Les responsables de magasin ont pu accéder à des flux vidéo en direct des zones d'entrée, ce qui leur a permis de surveiller le flux de clients et de diriger le personnel en conséquence.

ÉTAPE 4

Optimisation continue

Développement de tableaux de bord intuitifs qui combinent fréquentation, tendances du chiffre d'affaires et données météorologiques, permettant aux exploitants de mieux anticiper la demande. Au niveau du siège, ces outils offrent une visibilité sur l'ensemble du réseau et sur chaque magasin, ce qui permet une planification financière et une prise de décision stratégique plus précises.



Comment les données permettent de faire carton plein

Optimisation des effectifs en temps réel

OBJECTIF

Remplacer le comptage manuel au compteur et permettre des décisions d'effectifs dynamiques fondées sur les niveaux d'occupation réels.

SOLUTION

Accès via une application mobile aux données d'occupation en temps réel, permettant aux responsables de connaître à tout moment le nombre exact de personnes présentes dans leur établissement.

RÉSULTAT

Les directeurs d'établissement peuvent désormais ajuster immédiatement les effectifs : renforts lors des pics d'affluence imprévus ou couverture optimisée aux heures creuses, sans détourner le personnel du service client.

Segmentation de la clientèle et optimisation du chiffre d'affaires

OBJECTIF

Comprendre la différence entre la fréquentation totale et le nombre de clients joueurs afin d'identifier les opportunités de ventes croisées.

SOLUTION

Comparer le nombre total de visiteurs mesuré par RetailNext au nombre d'utilisations uniques de Power Card afin de calculer l'écart, qui correspond aux clients venus uniquement pour se restaurer.

RÉSULTAT

Une bonne connaissance des segments de clientèle permet de mettre en place des stratégies ciblées de « vente complémentaire », incitant les clients du restaurant à essayer les jeux d'arcade et les joueurs à prolonger leur visite en consommant des plats et des boissons.

Conception des magasins et planification des investissements

OBJECTIF

Optimiser l'agencement des magasins et les investissements liés aux entrées lors des rénovations, en particulier pour les sites disposant de plusieurs points d'accès.

SOLUTION

Analyses de fréquentation montrant la répartition des visiteurs entre les entrées directes des magasins et celles des centres commerciaux.

RÉSULTAT

Des décisions fondées sur les données pour choisir où investir dans l'aménagement et l'esthétique des entrées, en concentrant les ressources sur les points d'accès les plus fréquentés et en évitant les dépenses inutiles pour les entrées peu utilisées.

Analyse comparative des performances et concurrence

OBJECTIF

Assurer la transparence et favoriser une concurrence saine au sein du réseau de 158 magasins.

SOLUTION

Un accès à l'échelle du réseau aux données de fréquentation, permettant aux responsables de consulter les classements de performance et de les comparer à ceux des sites voisins.

RÉSULTAT

Prise de conscience et motivation accrues : les responsables voient le classement de leur magasin dans la chaîne et se comparent aux autres sites de leur marché, ce qui stimule l'amélioration opérationnelle.

Modèles de prévision et d'IA améliorés

OBJECTIF

Améliorer la précision des prévisions de chiffre d'affaires en intégrant la fréquentation comme variable clé, aux côtés des données historiques et des tendances météorologiques.

SOLUTION

Intégration des données de fréquentation fournies par RetailNext dans les modèles d'apprentissage automatique existants, qui utilisaient déjà des données historiques sur le chiffre d'affaires et la météo.

RÉSULTAT

Des prévisions quotidiennes plus précises permettent une meilleure gestion des stocks, une optimisation des effectifs et une meilleure planification opérationnelle dans les domaines de la restauration, de l'entretien des salles de jeux et du service client.





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



CONCLUSION :

Une stratégie renforcée

La transformation de Dave & Buster's, qui est passé de processus manuels à des opérations fondées sur les données, montre à quel point l'analyse des données dans le secteur de la distribution peut révolutionner les modèles économiques. En remplaçant les approximations par des informations en temps réel, cette approche permet à la direction d'optimiser la gestion des effectifs et les investissements, et de favoriser la transparence entre les différents magasins.

En particulier, l'intégration des données de fréquentation, des données historiques et des données météorologiques dans les modèles de prévision a transformé leur planification stratégique, leur permettant de mieux anticiper les besoins des clients et de proposer des expériences de divertissement et de restauration de premier plan.

RetailNext



À PROPOS DE RETAILNEXT

Première plateforme technologique à proposer aux magasins physiques, aux marques et aux centres commerciaux des analyses de comportement des clients inspirées du commerce électronique, RetailNext fait figure de pionnière en se consacrant entièrement à l'optimisation de l'expérience client. Grâce à sa plateforme SaaS centralisée, RetailNext collecte et analyse automatiquement les données relatives au comportement des clients, fournissant ainsi aux enseignes des informations leur permettant d'améliorer l'expérience client en temps réel.

600+
marques dans le monde

100+
pays

2007
année de création