

ÉTUDE DE CAS

New West KnifeWorks

Ces artistes culinaires : +75 % de transformation avec RetailNext

RetailNext



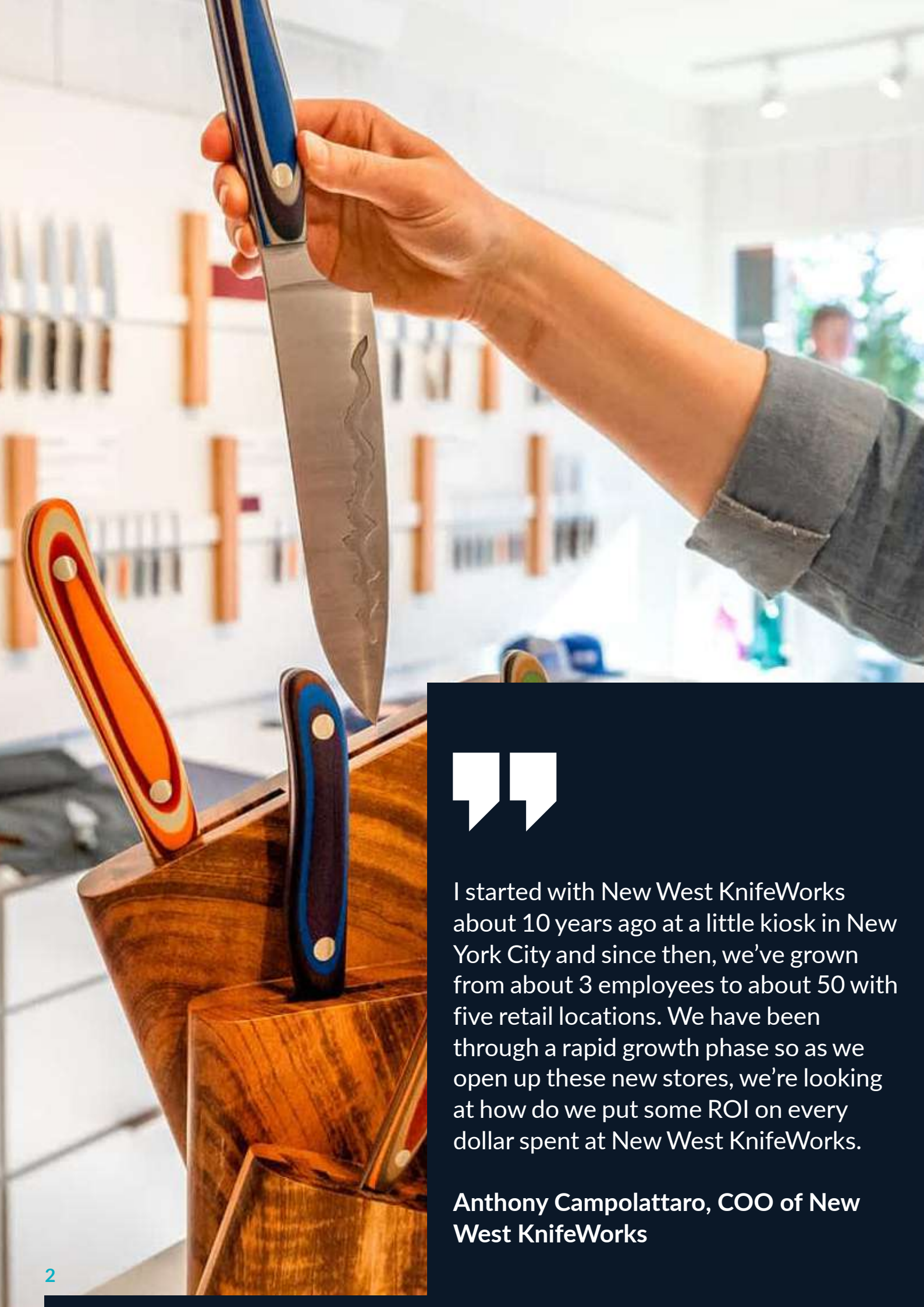
New West KnifeWorks atteint ses objectifs avec RetailNext

- **+32 %** de fréquentation (sur un an)
- **+75 %** de transformation (sur un an)

Contexte

Si la cuisine est un art, le couteau est le pinceau de l'artiste. Telle est la devise de New West KnifeWorks, enseigne américaine réputée qui fabrique à la main des couteaux d'exception pour les artistes culinaires. Depuis sa création, New West KnifeWorks veut produire les couteaux de la plus haute qualité au monde, tout en concevant des œuvres d'art qui inspirent l'excellence dans la préparation des mets et embellissent la cuisine. La marque est largement reconnue dans de nombreux salons d'art prestigieux aux États-Unis et a remporté plusieurs prix.

Basée à Jackson Hole, magnifique ville du Wyoming, cette entreprise unique est née de la passion de son fondateur, Corey Milligan, alors cuisinier de ligne dans des restaurants locaux. Quelques années plus tard, Milligan a rencontré son ami de longue date Anthony Campolattaro, aujourd'hui directeur des opérations (COO) de New West KnifeWorks, et la suite, comme on dit, appartient à l'histoire !



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

Le défi : « Si on ne le mesure pas, on ne peut pas l'améliorer »

Alors que l'activité d'New West KnifeWorks ne cessait de se développer, Anthony et son équipe savaient qu'ils devaient disposer de données pertinentes sur leurs magasins pour se développer efficacement. De plus, ils devaient mesurer la fréquentation de leurs magasins, qui constituait l'élément central de leurs indicateurs clés de performance (KPI).



Mesurer avec précision la fréquentation des magasins et déterminer la « réalité du terrain ».



Évaluer les performances des magasins par rapport à celles des autres magasins et aux indicateurs clés de performance (KPI) définis.



Exploiter les opportunités de vente et de marketing en magasin.





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 solution : optimiser le retour sur investissement en magasin grâce à des décisions fondées sur les données

Anthony et l'équipe de New West KnifeWorks ont reçu la recommandation de collaborer avec RetailNext afin d'atteindre leurs objectifs. En investissant dans la plateforme RetailNext, New West KnifeWorks a pu :

Recueillir et mesurer le comportement des clients avec une précision de pointe.

Obtenir un aperçu immédiat des performances des magasins grâce à des indicateurs clés tels que la fréquentation, le taux de transformation et le panier moyen.

Identifier précisément ce qui était nécessaire pour atteindre leurs objectifs, grâce à des recommandations prescriptives fondées sur les tendances des données actuelles et passées.



Pourquoi choisir RetailNext ?

1

RetailNext garantit une précision de pointe en matière de données de fréquentation.

Le capteur IoT tout-en-un, Aurora®, détecte les personnes dix fois par seconde afin de garantir une précision de suivi optimale.

2

Voir les données magasin en temps réel avec RetailNext

Les données sont disponibles en quelques secondes dans l'interface et via les API, où que soient vos magasins. Elles présentent les données de fréquentation en temps réel et les indicateurs de performance issus de l'intégration des caisses (POS) et de la gestion du personnel.

3

Mesurer et améliorer sa transformation avec RetailNext

En combinant données de fréquentation et de caisse, les utilisateurs mesurent précisément leur taux de transformation et reçoivent des recommandations pour redresser les mauvaises performances.

4

Les données de RetailNext sont vérifiables

Après installation, la précision de chaque capteur est vérifiée manuellement par vidéo, comparée aux résultats de la solution. Un enregistrement vidéo HD est disponible pour validation (sous 30 jours).

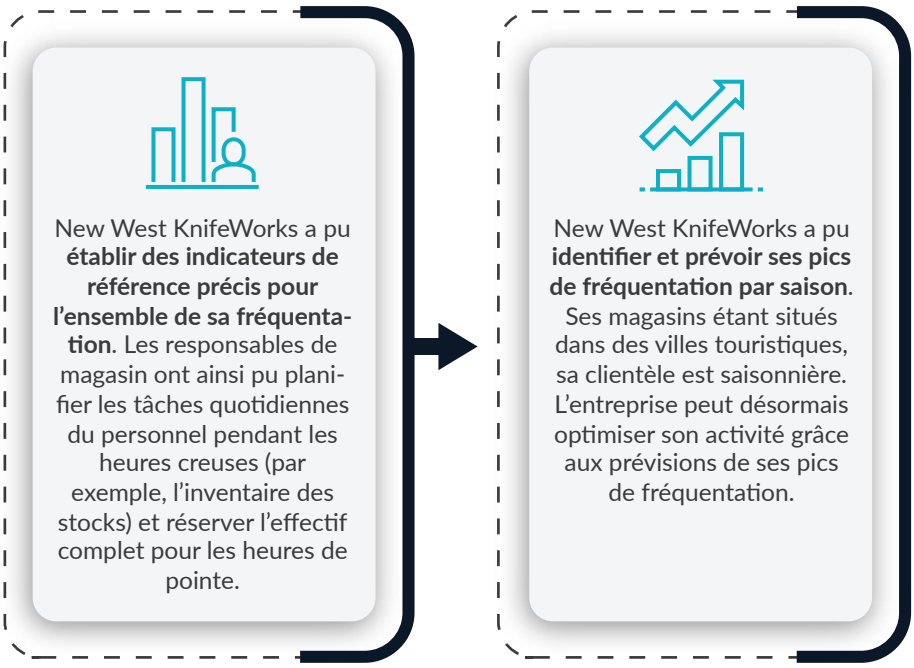
5

Les données de RetailNext sont exploitables

Plusieurs tableaux de bord donnent une vue sur tous les KPI. La plateforme RetailNext utilise l'IA pour prévoir les tendances de fréquentation et émettre des recommandations automatiques.

Comment New West KnifeWorks a exploité RetailNext

En analysant les données de fréquentation...



New West KnifeWorks a pu **établir des indicateurs de référence précis pour l'ensemble de sa fréquentation**. Les responsables de magasin ont ainsi pu planifier les tâches quotidiennes du personnel pendant les heures creuses (par exemple, l'inventaire des stocks) et réserver l'effectif complet pour les heures de pointe.

New West KnifeWorks a pu **identifier et prévoir ses pics de fréquentation par saison**. Ses magasins étant situés dans des villes touristiques, sa clientèle est saisonnière. L'entreprise peut désormais optimiser son activité grâce aux prévisions de ses pics de fréquentation.

En analysant démographie et données de parcours



New West KnifeWorks a pu **analyser le profil de sa clientèle** à partir des données démographiques disponibles via la plateforme RetailNext. Parallèlement, des cartes de parcours ont permis de mettre en évidence la manière dont les clients de New West KnifeWorks se déplacent dans ses magasins, interagissent et effectuent leurs achats selon des schémas différents.

Ces deux éléments combinés ont permis à New West KnifeWorks de mieux comprendre **qui fréquente ses magasins et quels produits ou présentations incitent les clients à s'y attarder**. New West KnifeWorks a tiré parti de ces informations pour améliorer son merchandising et cibler des clients spécifiques à l'aide d'arguments de vente personnalisés portant sur une sélection précise de produits.

New West KnifeWorks est également en mesure d'identifier **quelles interactions entre les vendeurs et les clients influencent le plus le taux de transformation et le taux d'écoulement** pour certains produits et présentoirs.



En analysant le taux de transformation...

New West KnifeWorks a pu **définir des indicateurs clés de performance (KPI) clairement définis.** L'équipe de direction a ainsi pu comparer les performances des magasins entre elles, ainsi qu'à l'aune des objectifs généraux de l'entreprise.

La plateforme RetailNext a permis à New West KnifeWorks d'**identifier avec précision les employés les plus performants** afin de les récompenser et de leur témoigner sa reconnaissance, ainsi que de prendre des décisions commerciales éclairées pour **améliorer les performances des magasins en difficulté.**

Les responsables de magasin ont aussi pu ajuster le cap en suivant leurs performances en temps réel, comparées à l'année précédente, à leurs pairs et à leurs objectifs. Selon ces performances, la plateforme RetailNext leur recommandait des actions à mener en magasin pour améliorer les résultats.



Le résultat : transformer davantage de visiteurs en acheteurs

- **+32 %** de fréquentation (sur un an)
- **+75 %** de transformation (sur un an)

Expérience client

Grâce à une meilleure compréhension de sa clientèle et de ses attentes, New West KnifeWorks a pu améliorer l'expérience en magasin, ce qui s'est traduit par un allongement de la durée des visites et une augmentation du panier moyen.

Ventes et marketing

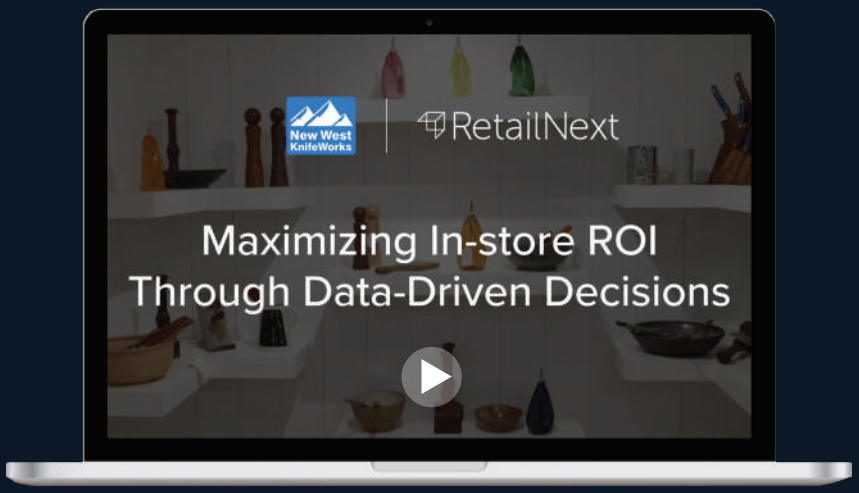
New West KnifeWorks a pu évaluer l'impact de l'agencement des magasins, du placement des produits et d'autres décisions de merchandising sur l'engagement des clients et les indicateurs de performance des magasins, notamment le taux de transformation, le panier moyen et le rendement par client.

Performances

Anthony affirme que la plateforme RetailNext a aidé New West KnifeWorks à mettre en place des évaluations efficaces dans chaque magasin.

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



VOIR MAINTENANT

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 à l'échelle mondiale

100+
pays

2007
année de création