


# CASE STUDY

## Trasformare l'operatività con Traffic Analytics in tempo reale

RetailNext



# LA STORIA DEL MARCHIO

**Dave & Buster's** è la principale destinazione americana per l'intrattenimento e la ristorazione, che unisce cibo di qualità da ristorante a una vasta sala giochi con centinaia di giochi. Con 177 sedi in tutti gli Stati Uniti, l'azienda si è costruita una solida reputazione creando esperienze indimenticabili in cui famiglie e amici possono "mangiare, bere, giocare e guardare" insieme.

Il modello unico a doppia fonte di ricavi del marchio lo distingue nel settore dell'intrattenimento. I clienti possono godersi sia il servizio di ristorazione che un'ampia sala giochi che offre di tutto, dai giochi classici alle esperienze di realtà virtuale all'avanguardia. Questo approccio ibrido richiede una gestione operativa sofisticata per ottimizzare contemporaneamente sia l'esperienza culinaria che quella di intrattenimento.

## Complessità di livello superiore

I locali di Dave & Buster's variano notevolmente in termini di dimensioni, con superfici che vanno dai 30.000 a oltre 70.000 piedi quadrati; molte sedi dispongono di più ingressi, che spesso includono un accesso diretto al locale e un collegamento con il centro commerciale. Questa complessità richiede una comprensione precisa dei flussi di clienti e del numero di presenze per garantire un servizio eccezionale per entrambe le fonti di ricavo.

# LA SFIDA:

## Dall'intuito ai dati

Per anni, Dave & Buster's si è affidata a un insieme eterogeneo di processi manuali e indicatori approssimativi per capire le prestazioni dei propri locali. L'azienda utilizzava quelle che chiamava "strisciate uniche della power card" come indicatore approssimativo dell'affluenza, contando essenzialmente quanti clienti acquistavano e utilizzavano le carte per la sala giochi. Sebbene questo fornisse informazioni sul comportamento dei clienti che giocano, creava un punto cieco significativo.

Le difficoltà operative non si limitavano al conteggio incompleto dei clienti. I direttori dei locali si affidavano ai membri del team, dotati di contatori manuali, per girare per il locale e contare le presenze. Si tratta di un processo che richiede molto tempo e risulta impreciso, oltre a distogliere personale prezioso dal servizio clienti.



> 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

# SENZA UNA VISIBILITÀ IN TEMPO REALE SULL'AFFLUENZA EFFETTIVA, I LOCALI FATICAVANO A:

Ottimizzare l'assegnazione del personale nei periodi di punta e in quelli di minor afflusso

Capire la vera segmentazione della clientela tra ristorazione e giochi

Prendere decisioni basate sui dati riguardo alla gestione e alla disposizione dei locali

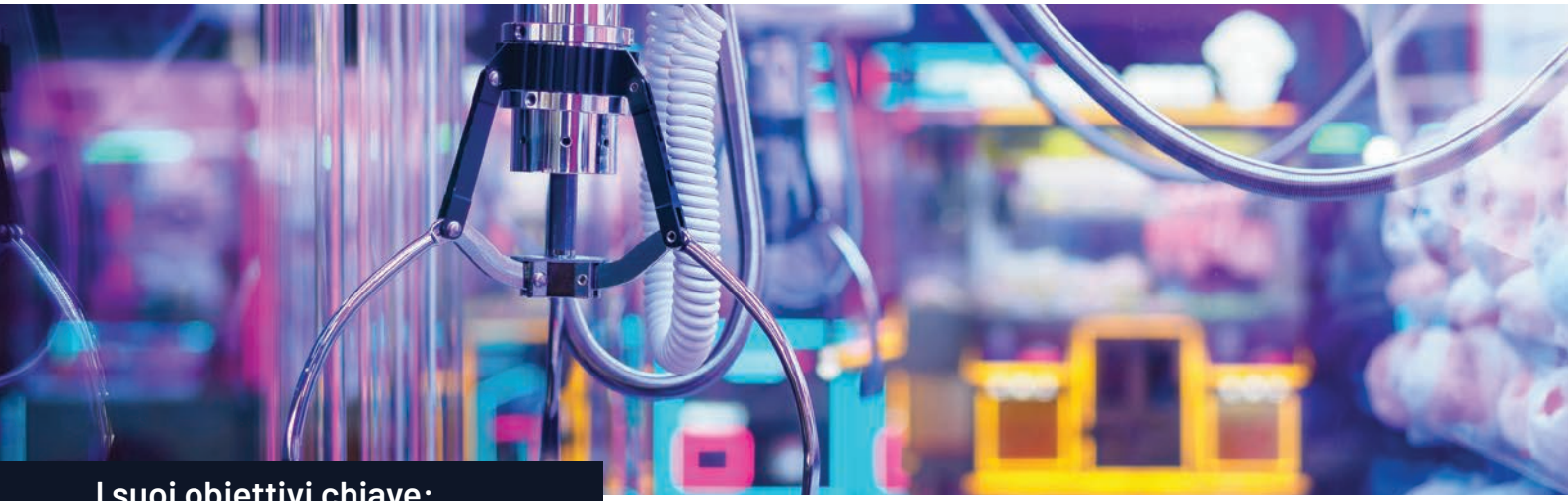
Fornire modelli di previsione accurati per la pianificazione dei ricavi



# OBIETTIVI:

## Giocare per vincere con i dati

La collaborazione tra Dave & Buster's e RetailNext si è concentrata sulla trasformazione della sua operatività attraverso un'analisi completa dell'affluenza.



**I suoi obiettivi chiave:**

### Visibilità completa sui clienti

Superare gli indicatori approssimativi basati sulle power card per rilevare ogni persona che entra nei suoi locali, indipendentemente dal fatto che abbia giocato in sala giochi, mangiato o fatto entrambe le cose.

### Informazioni operative in tempo reale

Offrire ai direttori dei locali l'accesso immediato ai dati sulle presenze tramite app mobili, eliminando la necessità di conteggi manuali e consentendo al personale di dedicarsi al servizio clienti.

### Gestione del personale ottimizzata

Utilizzare l'andamento dell'affluenza e le metriche sulle presenze per ottimizzare il numero di addetti nelle diverse aree del locale, garantendo una copertura adeguata nei periodi di punta e contenendo i costi nei momenti di minore affluenza.

### Maggiore precisione nelle previsioni

Integrare i dati reali di affluenza come variabile fondamentale nei modelli di intelligenza artificiale e di apprendimento automatico, insieme ai dati storici sui ricavi e alle condizioni meteorologiche, per migliorare l'accuratezza delle previsioni.

### Informazioni sulla segmentazione della clientela

Capire la differenza tra il numero totale di visitatori e quello dei clienti che giocano, per servire al meglio sia chi viene solo per mangiare sia chi è interessato all'intrattenimento, favorendo così gli acquisti abbinati e le opportunità di cross-selling.

### Analisi delle prestazioni su più sedi

Garantire la trasparenza in tutti i 177 negozi per consentire il confronto delle prestazioni, la condivisione delle migliori pratiche e una sana competizione tra le varie sedi.



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 SOLUZIONE:

## In gioco con analisi più intelligenti

RetailNext offre analisi complete all'interno dei punti vendita che rilevano in tempo reale l'andamento dell'affluenza, il numero di presenze e i flussi di clienti nei negozi fisici. Per l'ambiente unico a doppia funzione di Dave & Buster's, la piattaforma fornisce analisi integrate che tengono conto sia del segmento dei clienti del ristorante che di quello dell'intrattenimento, mentre l'accessibilità da dispositivi mobili garantisce ai team di gestione di poter monitorare le prestazioni dei locali da qualsiasi luogo.

I sensori avanzati di RetailNext raccolgono dati dettagliati sui visitatori nelle diverse zone del locale, permettendo a Dave & Buster's di capire non solo quante persone visitano i suoi locali, ma anche come si muovono e interagiscono con entrambe le esperienze. La piattaforma si integra perfettamente con gli strumenti di BI esistenti, i dati meteorologici e le metriche storiche, creando una solida base per i modelli di machine learning che garantiscono previsioni accurate ed eliminano i processi manuali che richiedono tanto lavoro.



# IMPLEMENTAZIONE

**FASE 1**

## Rollout e integrazione dei sistemi

Dave & Buster's ha implementato la soluzione Traffic Analytics di RetailNext in tutta la propria rete di 177 locali, con sensori posizionati strategicamente per rilevare l'affluenza in tutti i punti di accesso, compresi gli ingressi diretti ai locali e i collegamenti con i centri commerciali. Il sistema si è integrato perfettamente con i suoi strumenti di BI per l'analisi delle prestazioni e con l'architettura del data lake.

**FASE 2**

## Raccolta e analisi dei dati

I sensori di RetailNext hanno iniziato a raccogliere dati completi di affluenza, tra cui il numero totale di visitatori, il numero di presenze, i modelli di ingresso e la distribuzione dei flussi di clienti. Questi dati sono stati elaborati automaticamente e resi disponibili sia tramite dashboard web che app mobili, offrendo visibilità in tempo reale ai team dirigenziali a tutti i livelli.

**FASE 3**

## Informazioni operative

La piattaforma ha permesso di ottenere miglioramenti operativi immediati, dall'eliminazione del conteggio manuale con i contatori alla fornitura ai direttori dei locali di dati in tempo reale sulle presenze tramite app mobili. I responsabili dei locali hanno ottenuto l'accesso a immagini video in diretta delle zone d'ingresso, il che ha permesso loro di monitorare il flusso dei clienti e di coordinare il personale di conseguenza.

**FASE 4**

## Ottimizzazione continua

Sviluppo di dashboard intuitive che combinano i dati di affluenza, l'andamento dei ricavi e le condizioni meteorologiche, consentendo agli operatori di anticipare meglio la domanda. A livello di sede centrale, questi strumenti offrono visibilità sia sull'intera azienda sia sul singolo punto vendita, permettendo una pianificazione finanziaria più accurata e un processo decisionale strategico.



# Come si usano i dati per vincere alla grande

## Ottimizzazione del personale in tempo reale

### OBIETTIVO

Sostituire il conteggio manuale con i contatori e prendere decisioni dinamiche sul personale in base alle presenze effettive.

### SOLUZIONE

Accesso tramite app mobile ai dati in tempo reale sulle presenze, che permette ai responsabili di vedere esattamente quante persone si trovano nel loro locale in qualsiasi momento.

### RISULTATO

I direttori dei locali possono ora apportare modifiche immediate all'organico: chiamare altri membri del team nei periodi di affluenza inattesa oppure ottimizzare la copertura nei momenti di minore affluenza, il tutto senza distogliere il personale dal servizio clienti.

## Segmentazione della clientela e ottimizzazione dei ricavi

### OBIETTIVO

Capire la differenza tra l'affluenza complessiva e i clienti che giocano, per individuare opportunità di cross-selling.

### SOLUZIONE

Confrontare il numero totale di visitatori rilevati da RetailNext con il numero di power card uniche utilizzate, per calcolare quanti clienti vengono solo per mangiare.

### RISULTATO

Una chiara visione dei segmenti di clientela permette di mettere in atto strategie mirate di "abbinamento", incoraggiando chi viene per mangiare a provare la sala giochi e chi viene per giocare a prolungare la permanenza con cibo e bevande.

## Progettazione dei negozi e pianificazione degli investimenti

### OBIETTIVO

Ottimizzare la disposizione dei locali e gli investimenti sugli ingressi durante le ristrutturazioni, soprattutto nei locali con più ingressi.

### SOLUZIONE

Analisi dell'affluenza che mostra la distribuzione dei visitatori tra gli ingressi diretti ai locali e quelli dal centro commerciale.

### RISULTATO

Decisioni basate sui dati su dove investire nella progettazione e nell'estetica degli ingressi, concentrando le risorse sui punti di accesso più trafficati ed evitando spese inutili per gli ingressi poco utilizzati.

## Confronto delle prestazioni e competizione

### OBIETTIVO

Garantire trasparenza e una sana competizione all'interno della rete di 158 locali.

### SOLUZIONE

Accesso ai dati di affluenza in tutta la rete, che permette ai responsabili di visualizzare le classifiche delle prestazioni e di confrontarle con quelle delle sedi vicine.

### RISULTATO

Maggiore consapevolezza e motivazione, poiché i responsabili possono vedere la posizione del proprio negozio all'interno della catena e confrontare le prestazioni con quelle di altre sedi nel proprio mercato, stimolando così miglioramenti operativi.

## Previsioni e modelli di IA avanzati

### OBIETTIVO

Migliorare l'accuratezza delle previsioni di fatturato includendo l'affluenza come variabile chiave, insieme ai dati storici e alle condizioni meteorologiche.

### SOLUZIONE

Integrazione dei dati di affluenza di RetailNext nei modelli di machine learning esistenti che utilizzavano già dati storici sulle entrate e sulle condizioni meteorologiche.

### RISULTATO

Previsioni giornaliere più accurate consentono una migliore gestione delle scorte, l'ottimizzazione del personale e una pianificazione operativa più efficace nei settori della ristorazione, della manutenzione delle sale giochi e dell'assistenza clienti.





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



# CONCLUSIONE:

## Strategia potenziata

Il passaggio di Dave & Buster's da processi manuali a una gestione basata sui dati dimostra come l'analisi dei dati nel settore retail possa rivoluzionare i modelli di business. Sostituendo le supposizioni con informazioni in tempo reale, l'azienda permette al management di ottimizzare la gestione del personale e gli investimenti, oltre a promuovere la trasparenza tra i vari punti vendita.

In particolare, l'integrazione dei dati di affluenza, dei dati storici e di quelli meteorologici nei modelli di previsione ha cambiato il suo modo di pianificare strategicamente, aiutandola ad anticipare meglio le esigenze dei clienti e a offrire esperienze di intrattenimento e ristorazione di altissimo livello.

RetailNext




# INFORMAZIONI SU RETAILNEXT

RetailNext, la prima piattaforma tecnologica a portare l'analisi del comportamento dei clienti in stile e-commerce nei negozi fisici, nei marchi e nei centri commerciali, è un'azienda pioniera nel concentrarsi interamente sull'ottimizzazione dell'esperienza dei clienti. Attraverso la sua piattaforma SaaS centralizzata, RetailNext raccoglie e analizza automaticamente i dati sul comportamento dei clienti, fornendo ai retailer informazioni utili per migliorare l'esperienza dei clienti in tempo reale.

**600+**
marchi a livello globale

**100+**
paesi

**2007**
anno di fondazione