

CASE STUDY

メガネの田中
TANAKA SINCE 1913

Come il primo retailer di occhiali giapponese eccelle con RetailNext

RetailNext



Megane no Tanaka Optical si affida a RetailNext

- **110** punti vendita
- Circa **800** dipendenti
- Traffic Analytics **24/7/365**

Contesto

Fondata a Hiroshima, in Giappone, nel 1913, Megane no Tanaka Optical vanta oltre 100 anni di eccellenza nel settore dell'occhialeria. Con oltre 100 punti vendita, la sua competenza e professionalità nel campo degli occhiali, degli apparecchi acustici e delle lenti a contatto sono rinomate in tutto il Giappone. Alla base del successo di Megane no Tanaka Optical c'è la capacità di valorizzare l'unicità di ogni persona, offrendo un'esperienza cliente indimenticabile e su misura per ciascuno.

La sfida: la necessità di dati affidabili e azionabili

Garantire ai clienti un'esperienza in negozio personalizzata e connessa è fondamentale per i retailer, dato che le aspettative dei clienti riguardo a questa esperienza stanno cambiando, e lo stanno facendo in fretta. Damian Hall, presidente e amministratore delegato di Megane no Tanaka Optical, ha colto questo cambiamento e ha deciso che era necessario reinventare il concetto di esperienza cliente ben progettata di questo retailer di occhiali con 107 anni di storia.

Damian ha capito che era necessario prendere decisioni aziendali strategiche basate sui dati, utilizzando analisi in tempo reale all'interno del negozio. Ma i dati di cui disponeva allora Megane no Tanaka Optical non offrivano una visione articolata e contestualizzata dell'esperienza in negozio:

- Mancanza di dati completi sul percorso dei clienti all'interno dei negozi
- Mancanza di dati completi sull'efficacia delle strategie di marketing in negozio
- Impossibilità di definire le fasce orarie di maggiore affluenza
- Impossibilità di stabilire il numero di dipendenti da inserire in turno per ciascuna fascia oraria di maggiore affluenza
- Obiettivi di vendita non quantificati



RetailNext has been instrumental in helping me, as CEO, drive a performance-based culture throughout my organization. The insights and data generated by RetailNext have become indispensable to providing a data-based approach to delighting our customers, improving the efficiency of our marketing programs, and simplifying decision making; on anything from staffing, to store layouts and merchandising. I've been extremely impressed with the team that supports us and how they are truly invested in our success.

Damian Hall, CEO and President of Megane no Tanaka Optical.



La soluzione: promuovere una cultura basata sulle prestazioni con RetailNext

Damian ha capito che i responsabili dei suoi negozi dovevano avere una conoscenza approfondita delle prestazioni dei propri punti vendita per poter prendere decisioni rapide e consapevoli. Ha deciso quindi di introdurre la piattaforma RetailNext in alcuni negozi della catena Megane no Tanaka Optical come progetto pilota. C'erano alcuni vantaggi specifici di RetailNext che Damian sapeva avrebbero davvero migliorato la capacità di Megane no Tanaka Optical di offrire un'esperienza cliente di alto livello nei propri negozi.

1

RetailNext garantisce un'accuratezza dei dati di affluenza ai vertici del settore

Il sensore IoT all-in-one, Aurora®, utilizza un algoritmo brevettato di intelligenza artificiale basato sul deep learning per rilevare in modo anonimo le persone con incredibile precisione.

2

I clienti di RetailNext possono visualizzare i dati del punto vendita in tempo reale

I dati sono disponibili quasi immediatamente sull'interfaccia utente e tramite le API, indipendentemente da dove si trovino i tuoi negozi nel mondo.

3

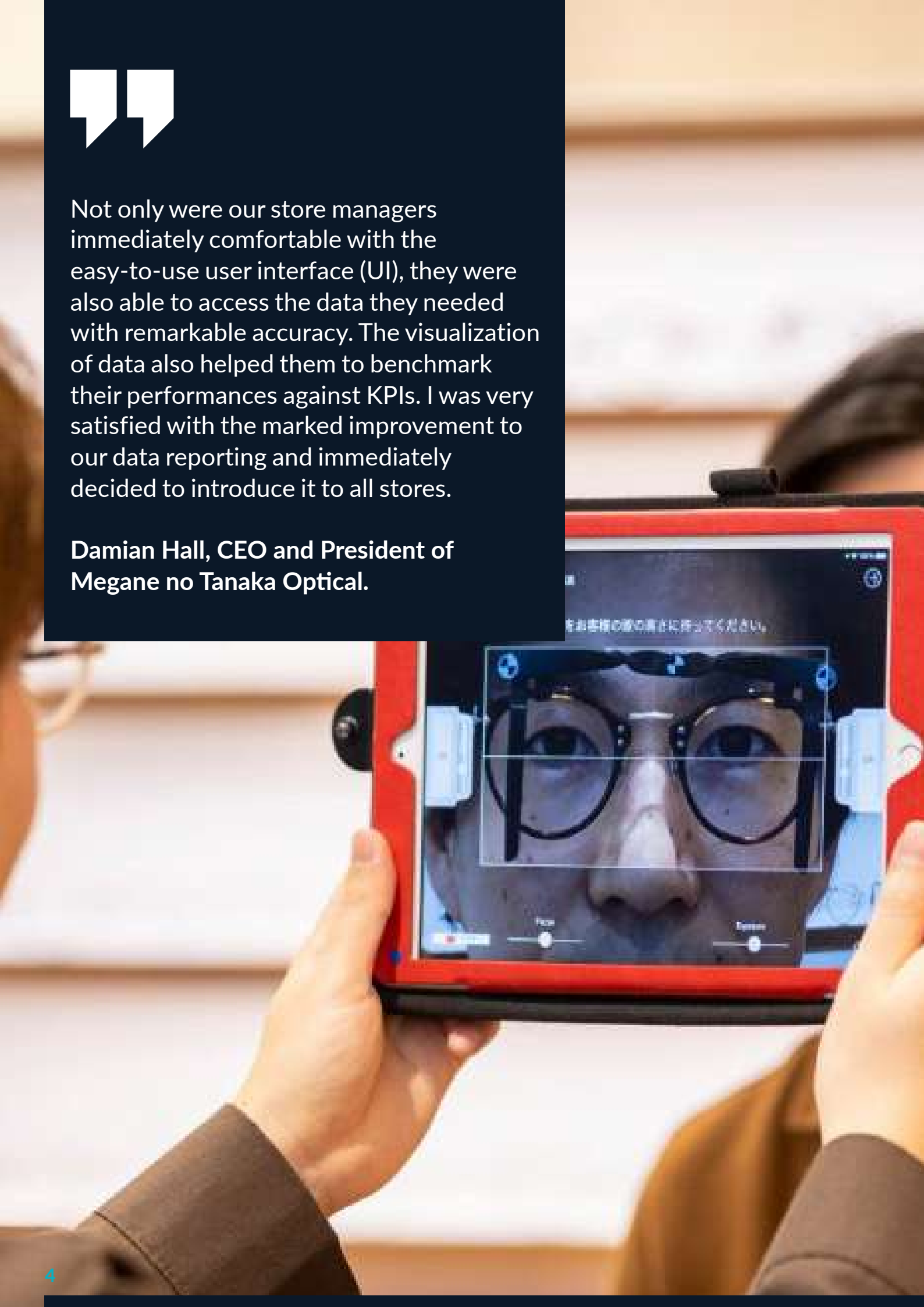
I dati di RetailNext sono verificabili

Dopo l'installazione, la precisione di ogni sensore viene verificata manualmente tramite registrazione video e confronto con i risultati della soluzione (è disponibile una registrazione video in HD a scopo di convalida).

4

I dati di RetailNext si traducono in azioni

Gli utenti possono accedere a diverse dashboard per avere una panoramica completa di tutti i KPI. La piattaforma RetailNext sfrutta l'intelligenza artificiale per fornire previsioni sull'andamento dell'affluenza e raccomandazioni automatiche.



Not only were our store managers immediately comfortable with the easy-to-use user interface (UI), they were also able to access the data they needed with remarkable accuracy. The visualization of data also helped them to benchmark their performances against KPIs. I was very satisfied with the marked improvement to our data reporting and immediately decided to introduce it to all stores.

Damian Hall, CEO and President of Megane no Tanaka Optical.

Integrazione semplice, veloce e scalabile

Damian ricorda la semplice installazione “plug-and-play” della piattaforma RetailNext nei 100 punti vendita di Megane no Tanaka Optical in Giappone. Il team di RetailNext ha lavorato a stretto contatto con quello di Megane no Tanaka Optical per evitare un mosaico di prodotti che non comunicano tra loro.

L’integrazione e le API avanzate di RetailNext hanno permesso a Megane no Tanaka Optical di integrare il sistema senza intoppi in una vasta gamma di applicazioni. Damian è rimasto particolarmente colpito dalle capacità di RetailNext come soluzione scalabile, che ha ridotto i costi di manutenzione e aggiornamento IT.





The long-term and far-reaching benefits of having immediate access to the rich traffic data that the RetailNext platform provides far outweigh the costs to replace our existing people counting solution. As far as Megane no Tanaka Optical is concerned, this was absolutely a ‘necessary expense’ to ensure the growth and sustainability of our business.

Damian Hall, CEO and President of Megane no Tanaka Optical.

Come Megane no Tanaka Optical usa RetailNext

Grazie all'investimento nella piattaforma RetailNext, Megane no Tanaka Optical ha potuto accedere a **dati precisi e azionabili** che le hanno permesso di individuare le aree da migliorare ed eliminare le congetture dalle decisioni strategiche.

Analizzando i dati di affluenza...



Megane no Tanaka Optical è riuscita a **prevedere l'andamento giornaliero e settimanale dell'affluenza**, mettendo in evidenza le ore di punta.



L'analisi di questi dati ha aiutato i responsabili dei negozi Megane no Tanaka Optical a **pianificare le attività quotidiane del personale** durante le ore di minore affluenza, come l'inventario delle scorte, e a **riservare l'organico al completo** per le ore di punta.



Megane no Tanaka Optical è riuscita ad **aggiungere personale quando serviva e a ridurlo quando l'affluenza era bassa**, pur mantenendo stabile il tasso di conversione.

Analizzando il tasso di conversione...



I responsabili dei negozi Megane no Tanaka Optical avevano **accesso in tempo reale alle prestazioni dei propri punti vendita**, confrontate con l'anno precedente, con negozi analoghi e con KPI chiaramente definiti.



Sulla base delle metriche di prestazione, la piattaforma RetailNext ha **raccomandato azioni** che il team di Megane no Tanaka Optical poteva mettere in pratica nei negozi per migliorare i risultati.



Megane no Tanaka Optical è riuscita a promuovere una cultura aziendale basata sulle prestazioni. **Sono state individuate le migliori pratiche tra i punti vendita più performanti, mentre quelli con risultati inferiori sono stati segnalati per interventi di miglioramento.** Megane no Tanaka Optical ha inoltre individuato una tendenza che ha richiesto all'azienda di **occuparsi della qualità della formazione del personale, della disposizione dei negozi e del merchandising**.

Innovare. Misurare. Testare.

Con l'innovazione al centro dell'attenzione per Megane no Tanaka Optical, Damian e il suo team sono riusciti a lanciare un abbonamento annuale per occhiali rivolto ai clienti abituali, come i giovani. Megane no Tanaka Optical è riuscita a mettere in atto questa iniziativa di marketing analizzando i dati di RetailNext sui clienti che tornano nei suoi negozi. Tra i tanti vantaggi offerti dai dati dettagliati forniti dalla piattaforma RetailNext c'è la capacità di individuare nuove opportunità per i retailer di ottimizzare la propria attività e aumentare la redditività.





Esperienza cliente

Migliore pianificazione dei turni

Megane no Tanaka Optical ha capito quando e dove distribuire il personale nel negozio per soddisfare la domanda dei clienti.

Migliore servizio clienti

Megane no Tanaka Optical è riuscita a capire a fondo come i commessi e i clienti interagiscono all'interno del negozio, per migliorare così il servizio clienti.

Vendite e marketing

Maggiore efficienza e produttività

Megane no Tanaka Optical è riuscita a misurare l'impatto della disposizione dei negozi, del posizionamento dei prodotti e di altre decisioni di merchandising sul coinvolgimento dei clienti e sugli indicatori di performance del negozio, tra cui il tasso di conversione, il valore medio della transazione (ATV) e il rendimento per cliente.

Cultura aziendale

Damian ritiene che l'introduzione della piattaforma RetailNext presso Megane no Tanaka Optical abbia contribuito anche a cambiare la cultura aziendale. Consentendo ai responsabili dei negozi di visualizzare i dati in tempo reale, questi ultimi sono stati in grado di:

Adottare un approccio più analitico e obiettivo

Questo ha aiutato il team dirigenziale a mettere in atto misure efficaci e a condurre valutazioni in ogni negozio.

Più tempo per preparare le decisioni aziendali in sospeso

Tra queste c'era la promozione di modalità di lavoro efficienti.

RetailNext

Informazioni su RetailNext

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

600+
marchi a livello globale

100+
paesi

2007
anno di fondazione