

導入事例

BOGGI
MILANO

イタリアブランドが店舗分析で
見いだした人員配置の改善機会

RetailNext



年々、成功を収めています

40%
来店客1人あたり売上高の増加

5pt
コンバージョン率の向上

15%
平均客単価の増加

*上記の結果は2018年から2023年までのものです。

背景

Boggi Milanoは、61カ国以上に235店舗を展開するイタリアのブランドです。現在、このブランドは、高い技術性能を持つ原材料を採用しているおかげで、革新性、技術、持続可能性、そして高品質を原動力として成長を続けています。

Boggi Milanoの服のデザインは、2つの重要な要素の融合から生まれています。それは、オーガニック繊維やリサイクル素材、認証を受けた最先端のテキスタイルを重視した生地の品質と、現代の男性のための新しいライフスタイルというビジョンに基づいたスタイルの探求です。

課題：店舗の業績管理の簡素化

2018年、**Boggi Milano**のチームは、ブランドの店舗業績分析の精度向上を目指し、店舗内分析の専門家との提携を検討しました。当時、Boggi Milanoは次のような課題に直面していました：

人員を最大限に活用・効率化できません

来店客数が多くコンバージョン率が低い店舗を特定不可

人時あたり来店客数が不明





RetailNext was able to understand our needs effectively and provide solutions that aligned with our objectives. In-store analytics can indeed become intricate, especially when dealing with numerous data points, but RetailNext's platform simplified the process while still offering comprehensive insights. Their ability to present complex analytics in an easy-to-understand manner streamlined decision-making processes for our business, enabling us to extract actionable insights more efficiently.

Marco Benasedo,
Chief Information Officer at Boggi Milano



解決策：店舗内のデータ専門家との連携

RetailNextの包括的なプラットフォームは、Boggi Milanoに対し、情報に基づいた意思決定を行い、店舗運営における継続的な成功を推進するために必要なツールと知見を提供しました。市場をリードする企業との提携を通じて、Boggi Milanoは、データに基づく知見を活用して業務を最適化し、顧客のショッピング体験全体を向上させるという姿勢を示しました。

イノベーションの達人たち



Aurora®

RetailNextプラットフォームは、世界最高水準の機能（最広の視野角、HDカラー映像、BLE、Wi-Fi、ビーコン）を備えたオールインワン型IoTセンサー、**最先端のAurora**によって支えられています。

AI

比類のない精度と高度な**ディープラーニング人工知能（AI）**技術を備えたAuroraは、買い物客の行動測定を簡素化します。

拡張データ

Auroraセンサーは、人口統計情報や活動認識など、**複数のデータポイント**を提供します。

高度な知見

RetailNextの**予測来店客数モデル**は、利用可能な多くの過去のデータポイントを考慮した複雑なアルゴリズムを用いて、15分単位で将来の来店客数を予測します。

データの可視化

RetailNextの**ダッシュボードはこのデータをまとめ**、条件付き書式設定を通じて、店舗での機会を引き出すシンプルで使いやすい形式で表示します。

高性能

各ブランドはRetailNextでマーケティング・MD・業務の**理解を深めています。**



Boggi MilanoのRetailNextデータ活用法

労働力の配分

課題

この小売企業は、190店舗それぞれのFTE（フルタイム換算人数）を算出する必要があり、その作業期間はわずか1週間しかありませんでした。FTEとは、企業内の全従業員がフルタイムで働いた時間数を算出するために用いられる測定単位です。

解決策

小売チームはRetailNextのTraffic Analyticsで滞在時間に着目し、顧客の店内滞在時間を把握したうえで、各店舗スタッフが1労働時間あたり何人の顧客に対応できるかを調べました。

Boggi Milanoの店舗での滞在時間は1人あたり約17〜18分です。さらに労働時間1時間あたり顧客3.5人という比率を算出し、これらの指標から適正なFTE（フルタイム換算人数）を割り出しました。

Boggi Milanoはデータもカスタマイズし、平均滞在時間や労働時間あたりの平均来店客数ではなく、店舗ごとの指標で店舗網に最適な効率を定めました。

結果

その結果、Boggi Milano社は、RetailNextを活用して人員配置を調整しただけで、2018年以降、従業員数を15%削減することができました。これにより、人件費の削減に加え、生産性の向上も実現しました。

Boggi Milanoでは、店舗スタッフは勤務時間の50%を販売業務に、残りの50%を販売以外の業務に充てることになっています。同社では、店舗スタッフ1人あたり2時間に1件の取引が成立すると算出しています。



RetailNext provides valuable insights far beyond just basic traffic counting. Our first meeting with their team was proof of this as they revealed that traffic in a flagship store had declined on a Sunday. The underlying reason for the decline was the unfamiliarity of sales associates with the store layout, leading to a decrease in conversion. RetailNext demonstrated a deep understanding of our business's operations and potential areas for improvement. This type of analysis goes beyond raw data and can lead to actionable strategies to enhance conversion rates and overall performance. We're convinced that we have the right partner for our retail analytics needs.

Marco Benasedo,
Chief Information Officer at Boggi Milano



適切なKPIの選定

課題

他の多くの小売企業と同様、Boggi Milanoも当初、店舗スタッフに対してKPIを過剰に設定してしまいました。その結果、KPIの追跡が困難になり、店舗スタッフが目標の優先順位をつけることはさらに難しくなってしまいました。

解決策

RetailNextを活用することで、この小売企業は、生産性を正確に評価しつつ、スタッフのパフォーマンスを効果的に測定できるKPIを特定することができました。Boggi Milanoは、「来店客1人あたり売上高」に焦点を当てることを選択しました。これは、店舗のコンバージョン率に平均取引額を乗じて算出される指標です。

結果

Boggi Milanoは、単一のKPIに焦点を当てることで、各店舗の業績を容易に把握することができました。コンバージョン率の高い店舗では、平均取引額の向上に注力しました。平均取引額の高い店舗では、コンバージョン率の向上に注力しました。さらに、Boggi MilanoはRetailNextを活用した分析を強化し、店舗の1時間ごとの業績と1日ごとの業績を比較することで、生産性に関するより詳細な見通しを得ることができました。

パフォーマンス・クアドラント



明らかになりました

これは、RetailNext社が開発した「パフォーマンス・クアドラント・レポート」のサンプルであり、Boggi Milano社が各店舗の店長やエリアマネージャーに提供しているものです。この使いやすい資料では、各店舗のコンバージョン率および平均取引額に対する実績が示されています。

小売企業がコンバージョン率のみに注力すると、結果として平均取引額が低下することになります。つまり、コンバージョン率は高くなっても、取引額が低ければ、売上は伸びないということです。その逆も同様です。つまり、取引額の向上に過度に注力しすぎると、チームが可能な限り高額な取引を実現することに集中し、多くの顧客への対応がおろそかになるため、コンバージョン率が低下してしまいます。この場合も、売上は減少することになります。

「来店客1人あたり売上高」は2つの指標を組み合わせて業績をバランスよく示す唯一のKPIで、Boggi Milanoの売上向上と改善点の迅速な特定に役立ちました。

RetailNext

About RetailNext

実店舗、ブランド、ショッピングモールにEコマース式の買い物客分析をもたらした初の技術プラットフォームであるRetailNextは、買い物客体験の最適化に全面的に注力する先駆者です。RetailNextは、一元化されたSaaSプラットフォームを通じて、買い物客の行動データを自動的に収集・分析し、小売企業に買い物客体験をリアルタイムで改善するための知見を提供しています。

600+
brands globally

100+
countries

2007
year founded