

客户案例

BOGGI
MILANO

这家意大利品牌如何借助店内分析数据发现人力优化机会

RetailNext



年复一年，成就不断

40%
进店顾客人均销售额的增长

5pt
转化率的提升

15%
平均客单价的增长

*上文所示结果为 2018 年至 2023 年的数据。

背景

Boggi Milano 是一个意大利品牌，目前在全球 61 多个国家拥有 235 家门店。得益于采用技术性能卓越的原材料，该品牌如今以创新、科技、可持续发展和高品质为核心驱动力。

Boggi Milano 服装的设计源于两大核心要素的结合：面料品质——优先选用有机纤维、再生材料以及经过认证且技术领先的纺织品——以及风格探索，旨在为当代男性构想一种崭新的生活方式。

挑战：简化门店绩效评估

2018 年，**Boggi Milano** 团队希望改进对品牌门店业绩的分析，并寻求与一家门店分析领域的专家建立合作。当时，Boggi Milano 面临以下挑战：

无法最大限度地提高劳动效率并优化劳动力配置

无法识别客流大、转化率低的门店

难以掌握每工时接待顾客数的提升情况





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



解决方案：与店内数据专家合作

RetailNext 的综合平台为 Boggi Milano 提供了所需的工具和洞察，使其能够做出明智的决策，并推动其零售业务持续取得成功。通过与该领域的市场领导者建立合作伙伴关系，Boggi Milano 展现了其致力于利用数据驱动的洞察来优化运营，并提升顾客整体购物体验的决心。

创新大师



Aurora®

RetailNext 平台由**最先进的 Aurora** 驱动，这是一款具备世界级功能（最宽视场角、高清彩色视频、蓝牙低功耗、Wi-Fi 和信标）的一体化物联网传感器。

AI

凭借无与伦比的精准度和先进的**深度学习人工智能（AI）**技术，Aurora 简化了购物者行为的测量。

增强型数据

Aurora 传感器可提供**多项门店数据点**，包括人口统计信息和活动识别数据。

高级洞察

RetailNext 的**客流预测模型**采用了一种复杂的算法，该算法综合考虑了大量可用的历史数据点，以 15 分钟为单位预测未来的客流。

数据可视化

借助条件格式，RetailNext **仪表盘将这些数据整合**为简单易用的格式，从而发掘门店内的商机。

高性能

品牌借助 RetailNext 平台**深入了解市场营销、商品管理和运营各个环节。**



Boggi Milano 如何利用其 RetailNext 数据

劳动力配置

挑战

这家零售商需要计算其 190 家门店中每家门店的 FTE（全职当量），而完成这项工作的时间只有一周。FTE 是一种计量单位，用于计算企业所有员工的工作总时长（按全职标准折算）。

解决方案

借助 RetailNext 的 Traffic Analytics 解决方案，零售团队重点关注了停留时长，以确定顾客在店内花了多长时间，随后又分析了每位销售人员每工时能接待多少位顾客。

在 Boggi Milano 门店中，每位顾客的停留时间约为 17 至 18 分钟。该零售商还确定了每劳动小时服务 3.5 位顾客的比例。他们利用这些指标，确定了 Boggi Milano 所需的适当全职员工（FTE）人数。

Boggi Milano 也选择对数据进行定制化处理：该零售商没有采用平均停留时长和每工时平均接待顾客数，而是分析了各门店的具体指标，以此确定其门店网络应达到的合理效率水平。

结果

因此，自 2018 年以来，Boggi Milano 仅通过使用 RetailNext 来调整劳动力配置，就将员工人数削减了 15%。这不仅有助于降低薪资支出，还提高了生产效率。

在 Boggi Milano，销售人员预计将 50% 的时间用于销售，其余 50% 的时间则用于非销售活动。该零售商统计发现，每位销售人员每 2 小时可完成 1 笔交易。



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



选择合适的 KPI

挑战

与许多其他零售商一样，Boggi Milano 起初为门店员工设定了过多的关键绩效指标（KPI）。这导致这些指标难以追踪，门店员工更难以确定目标的优先级。

解决方案

借助 RetailNext，该零售商得以确定哪些关键绩效指标（KPI）既能有效衡量员工绩效，又能准确评估生产力。Boggi Milano 选择将重点放在进店顾客人均销售额上，该指标的计算方法是将门店的转化率乘以平均交易金额。

结果

通过聚焦于一个关键绩效指标（KPI），Boggi Milano 得以轻松评估各门店的业绩表现。对于转化率较高的门店，重点在于提高平均交易金额；对于平均交易金额较高的门店，重点则在于提升转化率。此外，Boggi Milano 还通过 RetailNext 对门店的每小时业绩与每日业绩进行对比分析，从而更详细地了解门店的生产力状况，进而完善其分析工作。

业绩象限



揭晓

这是由 RetailNext 开发的“业绩象限报告”样本，Boggi Milano 将其提供给各门店经理和区域经理。这份易于使用的资料展示了各门店在转化率和平均交易金额方面的业绩表现。

如果零售商只关注转化率，最终将导致平均交易额下降。这意味着，如果转化率更高，但交易额更低，销售额并不会增加。反之亦然——如果过分关注提高单笔交易金额，当团队只顾着追求尽可能高的单笔交易金额，却未能兼顾多位客户时，转化率就会下降。在这种情况下，销售额同样会减少。

进店顾客人均销售额是唯一将这两项指标结合起来、从而提供全面绩效视角的关键绩效指标（KPI）。这帮助 Boggi Milano 提升了销售额，并迅速发现了需要改进的地方。

RetailNext

About RetailNext

作为首个将电子商务式的顾客分析技术引入实体门店、品牌商和购物中心的科技平台，RetailNext 是专注于优化顾客体验领域的先驱。通过其集中式的 SaaS 平台，RetailNext 会自动收集并分析顾客行为数据，为零售商提供洞察，从而实时改善顾客体验。

600+
brands globally

100+
countries

2007
year founded