

客户案例

UNTUCKit

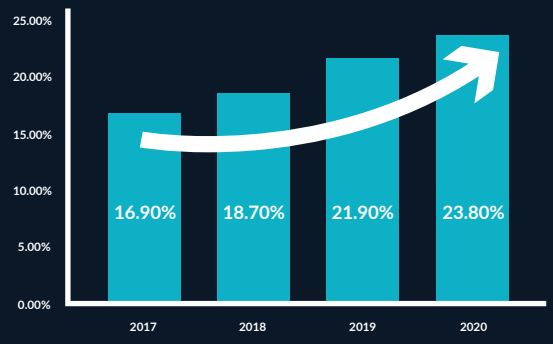
一家数字原生品牌如何借助 RetailNext 提升实体门店的转化率

RetailNext



UNTUCKit 依托 RetailNext

- **~40%** IT/系统基础设施成本节省
- **18%** 进店顾客人均销售额增长（年初至今）
- **6.9** 个百分点的转化率提升（2017 年至 2020 年）



背景

UNTUCKit 是 Chris Riccobono 心爱的创意结晶，他在与许多男性交流过他们的服装合身问题后，构思出了这一独特的商业理念。2011 年，Riccobono 邀请了他的 Columbia University 同学 Aaron Sanandres 加入，协助他将这一构想发展成一家独立运营的企业。这个最初只是副业的项目，很快发展成为美国增长最快的男装零售品牌之一。如今，UNTUCKit 已成为优雅与风格的代名词，代表着无需塞进裤腰、适合各种体型和尺码且衣长恰到好处的完美衬衫。

作为一家数字原生品牌，UNTUCKit 是首批通过开设实体门店来拓展业务版图的电商企业之一。2015 年，鉴于线上顾客对亲身体验产品的强烈需求，该品牌在纽约 SoHo 开设了首家实体店。自那时起，UNTUCKit 已开设了 86 家门店，并计划在未来继续扩张。

挑战：将电商式顾客分析引入实体门店

UNTUCKit 最初是一个直接面向消费者（DTC）的品牌，其团队习惯于获取有关官网的海量数据，在线上，业务的方方面面都可以衡量。Brent Paulsen 作为 UNTUCKit 的 Managing Director and Head of Retail 加入公司，负责协助拓展品牌的实体门店版图。他表示，起初门店数据缺乏 UNTUCKit 这样的数据驱动型公司所依赖的广度和深度。



数据多为传闻性信息，主要依据店长的个人经验。



缺乏用于准确衡量门店客流（进而衡量门店转化率）的基准指标。



无法核实店长报告的客流和转化率。



门店店员将结伴而来的一组顾客计为一人。





We needed data to identify pockets of opportunity where we were performing well, and understand what we should do about it, as well as where we were underperforming and how we could improve our performance. As we started growing, it was clear that we needed one source of truth. So **the RetailNext platform provided a level of credibility off of which we could base other metrics**.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

为什么选择 RetailNext?

在加入 UNTUCKit 团队之前，Paulsen 曾为另一家零售商成功部署了 RetailNext 平台。因此，他深知，随着 UNTUCKit 公司规模的扩大，RetailNext 的几项具体优势将特别适合该公司。

1

RetailNext 保证其客流数据具备业界领先的准确性

一体化物联网传感器 Aurora® 每秒对人进行十次检测，以确保最高的追踪精度。

2

RetailNext 的客户可以实时查看店内数据

数据可在几秒钟内通过用户界面和 API 获取，使 UNTUCKit 的门店店员能够即时访问这些数据。

3

RetailNext 的数据可直接指导行动

用户可以访问多个仪表盘，以便全面掌握所有关键绩效指标（KPI）。UNTUCKit 门店可借助人工智能获取客流趋势预测和自动建议。

4

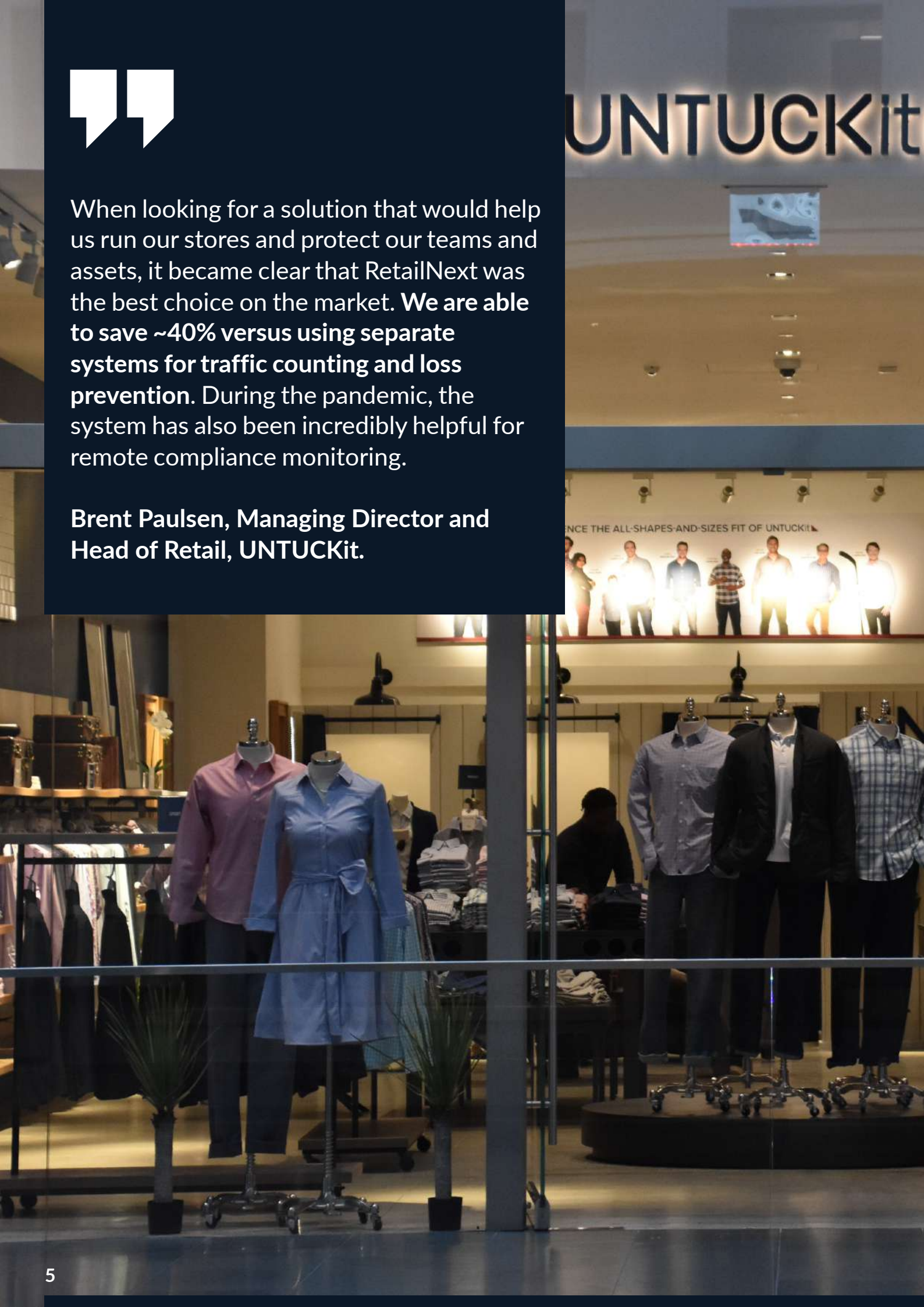
RetailNext 的数据是可验证的

可即时访问高分辨率录制视频，无需额外费用即可轻松进行独立审核。提供高清视频录制供验证使用（可回溯 30 天）。

5

RetailNext 可轻松与现有系统集成

例如 POS 数据、劳动力管理系统和促销日历。UNTUCKit 特别关注的是能否在一个平台上对客流和 POS 数据进行交互分析。



When looking for a solution that would help us run our stores and protect our teams and assets, it became clear that RetailNext was the best choice on the market. **We are able to save ~40% versus using separate systems for traffic counting and loss prevention**. During the pandemic, the system has also been incredibly helpful for remote compliance monitoring.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

UNTUCKit 如何利用其 RetailNext 数据

门店运营

通过投资 RetailNext 平台，UNTUCKit 得以获取准确且具有实际指导意义的数据，从而**精准定位需要改进的领域，并提升客户转化率**。

通过分析客流数据.....



UNTUCKit 成功**为其全部客流建立了准确的基准指标**。这有助于识别和预测客流高峰期，从而让店长能够安排员工在非高峰时段完成日常任务（例如盘点库存），并将全部员工力量集中在客流高峰时段。



通过对照人员配置数据与客流数据，店长还获得了**如何优化员工排班**的建议。因此，UNTUCKit 能够在需要时增加人手，并在客流较低但转化率保持稳定的情况下减少人手。



此外，客流数据分析还**揭示了部分门店调整营业时间的机会**。延长营业时间帮助该零售商提升了客流，并抓住了晚间销售机会。而客流下降的其他门店则相应调整了员工工作时间，从而实现了显著的成本节约。

通过分析转化率.....



UNTUCKit 得以**根据行业趋势制定明确的关键绩效指标（KPI）**。总部团队还能够将各门店的业绩与彼此以及整体目标进行对比分析。



借助 RetailNext 平台，UNTUCKit 不仅能够**准确识别表现最佳者并给予奖励和表彰**，还能做出明智的商业决策，从而**改善业绩不佳的门店**。



店长们对业绩指标与去年、其他门店及目标的对比情况有了关键洞察。基于各项指标的表现，RetailNext 平台**为门店推荐了可采取的措施，以提升业绩**。



The traffic data enables us to determine whether we **are maximizing the opportunity in front of us**. When the customer shows up, are we performing at our best? Are we converting? Are we upselling? The data point is a very important way to measure that performance so we can maximize what we are due to receive from any of our store fronts in any given city.

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

营销运营

UNTUCKit 的市场营销团队还利用了 RetailNext 的数据和分析功能，来衡量营销活动的成效和效率。UNTUCKit 的 VP of Marketing Alberto Corral 表示，他的团队已实施了多项旨在吸引客流至实体店并进而提升转化率的营销活动。他们利用 RetailNext 平台，通过连接线上和线下的客户旅程，将电子商务和实体店营销举措有机整合。

选择营销渠道



起初，UNTUCKit 的主要目标市场是男性顾客。多年来，他们发现，其客户群中很大一部分是为男性选购商品的女性。



通过分析 RetailNext 平台提供的性别等人口统计数据，UNTUCKit 的市场营销团队得以在媒体采购方面做出更明智的决策。



例如，如果 UNTUCKit 门店的人口统计数据表明，有更多女性顾客为男性选购商品，那么营销团队就会利用这些受众数据，在女性读者比例较高的当地报纸上投放广告。

营销渠道效果衡量



电视与广播

本地电视和广播广告活动可能在结尾处加入行动号召（CTA），引导观众前往当地 UNTUCKit 门店（例如：提及该广告可享 10% 折扣）。UNTUCKit 通过分析活动期间记录的门店客流数据，成功对该活动进行了效果评估。



报纸或地方杂志

在报纸或本地杂志上购买广告位时，UNTUCKit 添加了行动号召（CTA），以引导客流前往特定门店。UNTUCKit 通过分析活动期间记录的门店客流数据，成功对该活动进行了效果评估。



直邮

在向当地分发明信片或双折页时，UNTUCKit 在宣传材料中加入了行动号召（CTA），鼓励收件人前往当地门店（例如：提及该广告可享 10% 折扣）。UNTUCKit 通过分析活动期间记录的门店客流数据，成功对该活动进行了效果评估。

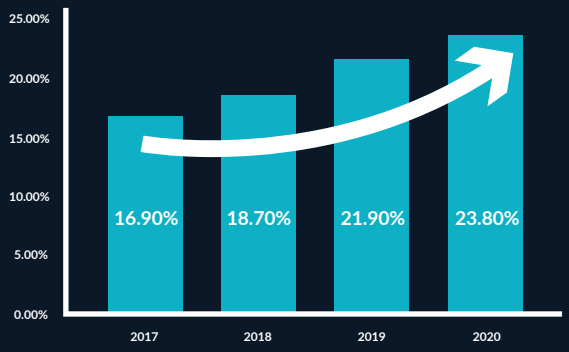


My team would not be able to run effective marketing campaigns if it wasn't for RetailNext because we need to be able to measure the efficiency of every campaign. At the end of the day, you have to make every dollar work especially hard for you. There's a whole slew of KPIs via the RetailNext platform that can help us understand what's working and what's not working.

Alberto Corral, VP of Marketing at UNTUCKit.

成果：
全面提升效率

- **~40%** IT/系统基础设施成本节省
- **18%** 进店顾客人均销售额增长（年初至今）
- **6.9** 个百分点的转化率提升（2017 年至 2020 年）



The movement of conversion has probably been the biggest return on investment. We've moved our expectations for what's appropriate from about the mid-teen percentile to north of 20%. So now, when stores are falling below that number, and their peers are performing above that number, we have something to look at and say something is not right - what's driving that?

Brent Paulsen, Managing Director and Head of Retail, UNTUCKit.

打造重视转化的文化

充分挖掘客户转化潜力

凭借手头的准确转化率数据，UNTUCKit 现在能够将其业绩与其他零售商进行对比。这也促使该品牌重新思考如何在实体店中与顾客互动。

客户体验

加强员工培训

UNTUCKit 通过分析反映门店店员与顾客互动情况的数据，发现有必要提升员工技能。此后，他们将运营模式从交易导向型转变为以服务为导向、注重追加销售的模式。

销售

提高效率和生产力

UNTUCKit 通过使用 RetailNext 的 Optimization Dashboard 来把握总体趋势和规律，并据此辅助排班，从而最大限度地提高了员工的工作效率。

市场营销

削减营销活动支出

得益于效率和效果的提升，UNTUCKit 在营销活动预算方面实现了大幅节省。

RetailNext

关于 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+
全球品牌

100+
个国家

2007
成立年份