RetailNext



客户案例

将进店客流转化为全门店优势

Shoe Palace 如何借助 RetailNext Traffic Analytics，将每工时客流量（TPLH）比率转化为可量化的业绩表现，精准定位 250 多家门店的高峰时段，并**在第二年实现转化率平均提升 10%**。

品牌背景

Shoe Palace 由 Mersho 家族于 1993 年在加利福尼亚州圣何塞市创立，从一家单店起步，现已发展成为全美领先的运动鞋和街头服饰零售商之一。如今，该品牌在美国西部和南部运营着 250 多家门店，与运动鞋文化渊源深厚，并与 Nike、Jordan 和 Adidas 等品牌建立了长期的合作关系。

这种增长意味着需要在截然不同的环境中扩大门店网络规模，从客流量密集的商场到独立街边店，每种环境都有其独特的客流模式和人员配置需求。



挑战：凭直觉进行优化

多年来，Shoe Palace 在经营门店时，一直缺乏一种可靠的方法来衡量业绩与需求的匹配程度。销售数据虽然能告诉团队发生了什么，却无法解释原因，也无法判断某天生意清淡是否确实如表面所见。

> "It's hard to imagine doing this business without having traffic. But the reality is there are a lot of retailers that don't have it. At one time, we were that retailer."
>
> — David Lizak, Platform Manager, Shoe Palace

在缺乏客流数据的情况下，关于门店业绩的讨论只能依靠直觉。管理层对高峰时段、人员配置需求以及各门店间对比的推测，都没有可供核对的基准。

David Lizak 在运动鞋零售行业工作了大半辈子，他一语中的："Running a store without traffic data is like driving a car with no speedometer. You can feel like you're going fast. You have no way to confirm it."



解决方案：逐店构建数据驱动型文化

Shoe Palace 于 2018 年开始部署 RetailNext 客流解决方案，到 2019 年 David 加入团队时，面临的挑战已从系统落地转向了用户培训。

保持简单

Shoe Palace 没有用复杂的指标给门店团队施加过多压力，而是将门店客流数据转化为通俗易懂且可操作的表述。团队没有要求兼职员工计算转化率，而是根据员工已有的认知重新设定目标：比昨天多服务一位顾客。

建立一种共同语言

Shoe Palace 制定了一项名为“TPLH”的员工与客流量比例指标，该指标能让每位店长直观地判断某个班次的员工配置是否合理。这一比例将抽象的数字转化为任何店员都能回答的问题：你和我能在一小时内接待这么多顾客吗？

针对多样化的门店网络进行标准化处理

该品牌在加利福尼亚州、得克萨斯州、亚利桑那州、内华达州和佛罗里达州均设有门店，且每家门店的布局各不相同。TPLH 帮助 Shoe Palace 对各门店的业绩进行了公平比较，在分析时对商场店与街边店进行了区分调整，而非对所有门店一概而论。

结果：从感受到事实

Shoe Palace 通过第二年的数据追踪和培训，实现了**同比平均转化率提升 10%**。在此期间，有一家门店的转化率从 15% 提升至近 17%。

更明智的劳动力规划

TPLH 为 Shoe Palace 的运营团队提供了一套合理的人员配置基准，该基准可根据门店类型进行灵活调整。通过向各团队精准展示其客流高峰的具体时段，以及不同门店之间高峰客流的差异程度，管理者得以针对性地进行指导，并汇总数据以制定全网门店的规划。

公平的门店比较

两家相距仅几英里的门店——例如 Shoe Palace 位于圣何塞的首家门店和附近购物中心的一家门店——在客流模式或客群特征上可能截然不同。RetailNext 的数据使 Shoe Palace 能够将同类门店相互比较，而不是在业绩分析中强行进行“苹果与橘子”式的对比。

更优的跨职能决策

营销和产品团队不再仅凭销售方面的推测来判断需求最高的地区。如今，客流数据和人口统计数据已成为制定库存分配和区域战略决策的重要依据。

用历史数据挑战既定假设

当管理人员认为自己已经掌握了门店的运营节奏、客流高峰时段和人员配置需求时，Shoe Palace 开始将这些假设与历史客流数据进行比对。结果发现，在客流高峰时段，存在一些此前多年未被察觉的错失商机。



成果背后的产品

Shoe Palace 的 TPLH（每工时客流量）比率及全门店劳动力规划均基于 **RetailNext Traffic Analytics** 运行，该平台能将原始客流数据转化为人员配置建议、真实转化率以及门店间对比分析。

合理配置每班次的人员规模

基于人工智能的人员配置建议会根据预测和实际客流来匹配人员编制，其背后的逻辑与Shoe Palace 的 TPLH 比率相同。

看清真实转化率

客流数据与 POS 系统对接，从而揭示真实的转化率，而非仅基于销售额的猜测。

公平地比较门店

基于客流标准化的基准对比，可使商场门店和街边门店按各自符合实际、与业态相适应的标准接受衡量。

由 Aurora® 提供支持

Shoe Palace 所有人员配置决策背后的数据，都源于一台设备。Aurora® 是 RetailNext 推出的多功能物联网传感器，仅需一台安装在天花板上的设备，即可实现准确率达 95% 至 99% 的客流计数，且每次安装后均经过人工核验。

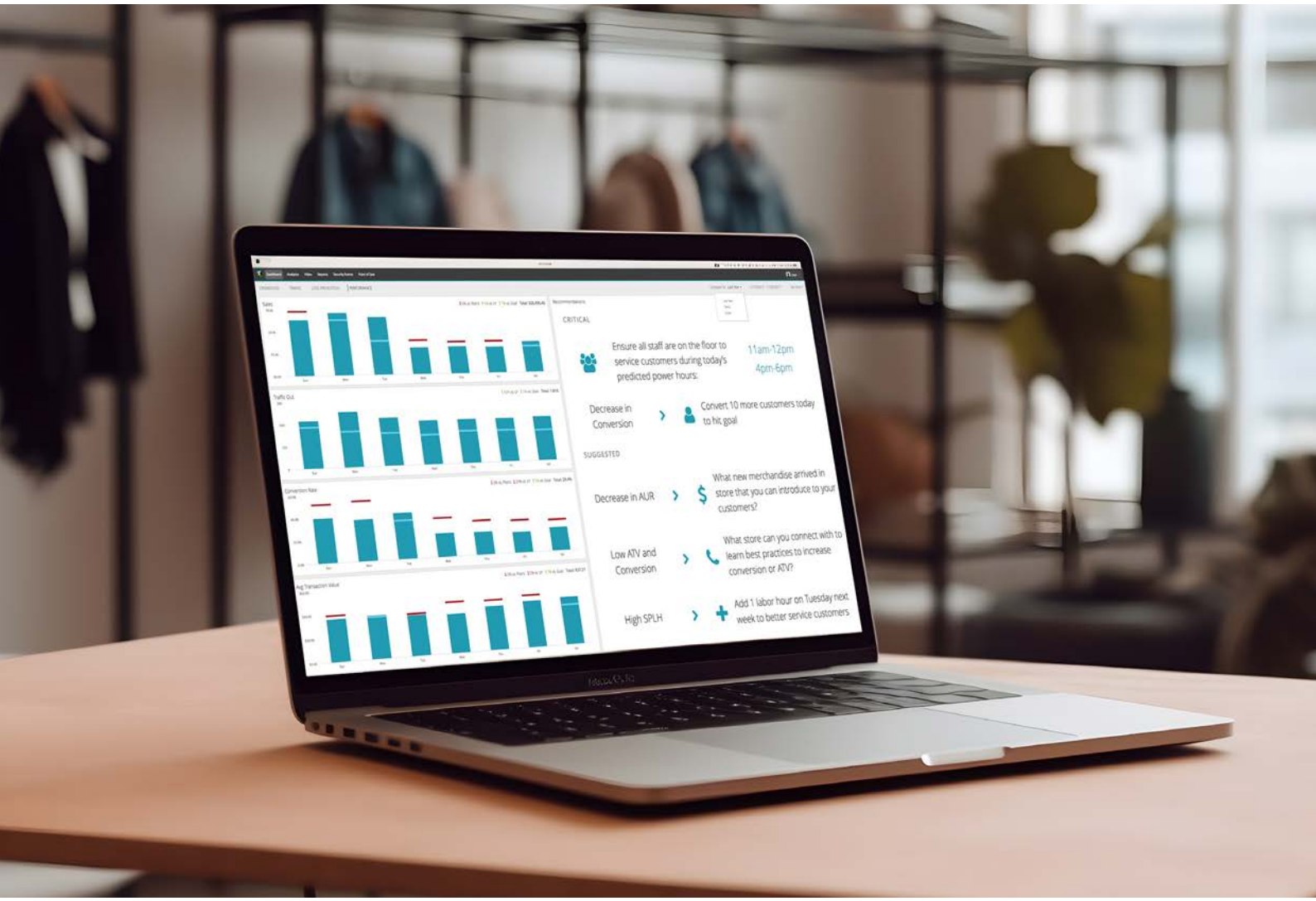
对于覆盖多个州且门店类型各异的连锁体系而言，正是这种准确性，使得大规模的人力规划值得信赖。一个传感器，一套统一的数据标准，覆盖每一家门店。



门店业绩统一视图

Shoe Palace 将 RetailNext 的客流数据与 StoreForce 等人力规划平台相结合，将 TPLH、每小时销售额和面积数据整合到一个统一视图中。这种整合有助于团队在细粒度的、逐店层面精准定位客流高峰时段和销售高峰期——这是在没有客流数据之前无法做到的。

RetailNext



关于 RetailNext

RetailNext 凭借人工智能驱动的 Aurora 传感器，提供业界领先的 95%-99% 准确率，可全面追踪顾客从进店、购物到离店的整个购物旅程。该平台提供实时视频和分析功能，并基于"测试与学习"方法论提供预测性推荐。该平台专为简化 IT 部署和管理而设计，是一个云原生且安全的平台，支持建立战略性的长期合作伙伴关系，能够持续创造价值，并在不同市场和文化背景下展现出经实践验证的全球可扩展性。

600+
个全球品牌

100+
个国家

2007
成立年份