

# 客戶案例

BOGGI
MILANO

這家義大利品牌如何透過店內分析，找出人力優化的機會

RetailNext



## 年復一年，成就不斷增長

**40%**
每位訪客銷售額提升

**5pt**
轉換率提升

**15%**
平均客單價提升

*上文所示的結果為 2018 年至 2023 年的數據。

# 背景

Boggi Milano 是一個義大利品牌，目前在全球超過 61 個國家設有 235 家門市。如今，該品牌憑藉著採用具備高技術性能的原料，以創新、科技、永續發展及高品質為核心驅動力。

Boggi Milano 服飾的設計源自兩大核心要素的結合：一是面料品質（優先選用有機纖維、再生材料，以及經認證的先進紡織品），二是風格研究，並將其融入對當代男性嶄新生活方式的願景之中。

# 挑戰：簡化門市績效評估

2018 年，**Boggi Milano** 團隊希望提升對門市績效的分析能力，並尋求與門市分析領域的專家合作。當時，Boggi Milano 正面臨以下挑戰：

**無法充分發揮並精簡人力配置**

**無法辨識客流量大但轉換率低的門市**

**無法掌握每工時顧客數提升的情況**





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**



# 解決方案：與店內數據專家合作

RetailNext 的全方位平台為 Boggi Milano 提供了所需的工具與洞察，使其能夠做出明智的決策，並推動門市營運持續成功。透過與市場領導者合作，Boggi Milano 展現了其致力於運用數據驅動的洞察來優化營運，並提升顧客整體購物體驗的決心。

# 創新大師




## Aurora®

RetailNext 平台由**最先進的 Aurora** 驅動，這是一款具備世界級功能（最廣視野、高畫質彩色影片、藍牙低功耗、Wi-Fi 及信標）的一體化物聯網感測器。

## AI

憑藉無與倫比的準確性及先進的**深度學習人工智慧（AI）**技術，Aurora 讓購物者行為的測量變得更加簡便。

## 增強型資料

Aurora 感測器可提供**多項門市資料點**，包括人口統計資料及活動辨識功能。

## 進階洞察

RetailNext 的**預測客流模型**採用一套複雜的演算法，該演算法會綜合考量眾多可用的歷史數據點，以 15 分鐘為單位預測未來的客流。

## 資料視覺化

透過條件格式設定，RetailNext **儀表板將這些資料整合成**簡潔且易於使用的格式，從而發掘店內商機。

## 高效能

品牌運用 RetailNext 平台，**深入掌握行銷、商品企劃與營運各環節的狀況。**



# Boggi Milano 如何運用其 RetailNext 數據

## 人力配置

### 挑戰

該零售商需要計算其 190 家門市各自的 FTE（全職當量），而完成這項任務的時間僅有一週。FTE 是一種衡量單位，用於計算企業內所有員工的總全職工時數。

### 解決方案

透過 RetailNext 的 Traffic Analytics 解決方案，零售團隊將焦點鎖定在停留時間上，以釐清顧客在店內停留多久，進而分析每位銷售人員每工時能服務多少位顧客。

在 Boggi Milano 的門市中，每位顧客的停留時間約為 17 至 18 分鐘。該零售商還計算出每工時對應 3.5 位顧客的比例。他們得以運用這些指標，來確定 Boggi Milano 所需的適當全職當量（FTE）。

Boggi Milano 也選擇對數據進行客製化處理：該零售商並未採用平均停留時間及每工時平均顧客數，而是參考各門市的具體指標，藉此為旗下門市確立合適的效率水準。

### 結果

因此，Boggi Milano 自 2018 年以來，僅透過運用 RetailNext 來調整人力配置，便將員工人數削減了 15%。此舉不僅有助於降低薪資支出，同時也提升了生產力。

在 Boggi Milano，銷售人員預計將有 50% 的時間用於銷售，其餘 50% 則用於非銷售活動。該零售商統計發現，每位銷售人員每 2 小時可完成 1 筆交易。



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**



# 選擇合適的關鍵績效指標（KPI）

## 挑戰

與許多其他零售商一樣，Boggi Milano 起初為門市員工設定了過多的關鍵績效指標（KPI）。這使得追蹤工作變得困難，更讓門市員工難以釐清目標的優先順序。

## 解決方案

透過使用 RetailNext，該零售商得以釐清哪些關鍵績效指標（KPI）既能有效衡量員工表現，又能準確評估生產力。Boggi Milano 選擇將重點放在每位訪客銷售額上，該指標是將門市的轉換率乘以平均交易金額得出的。

## 結果

透過聚焦於單一關鍵績效指標（KPI），Boggi Milano 得以輕鬆檢視各門市的表現。對於轉換率較高的門市，重點在於提升平均交易金額；對於平均交易金額較高的門市，則著重於改善轉換率。此外，Boggi Milano 還透過 RetailNext 分析工具，將每小時門市表現與每日門市表現進行對比，藉此更詳細地掌握生產力狀況，進而優化其分析成效。

# 績效象限



## 揭曉

這是由 RetailNext 開發的「績效象限報告」範例，Boggi Milano 會將此報告提供給其店長及區域經理。這份易於使用的資源，會針對轉換率與平均交易金額，顯示各門市的績效表現。

如果零售商僅專注於轉換率，最終將導致平均交易金額下降。這意味著，即使轉換率提高，但若交易金額降低，銷售額也不會增加。反之亦然：若過度著重於提升交易金額，當團隊專注於創造盡可能高的單筆交易金額，卻未能兼顧多位顧客的需求時，轉換率便會下降。而在這種情況下，銷售額同樣會減少。

每位訪客銷售額是唯一同時整合這兩項指標，從而提供全面績效視角的關鍵績效指標（KPI）。這項指標協助 Boggi Milano 提升了銷售業績，並能迅速找出需要改進之處。

RetailNext




## About RetailNext

作為首個將電子商務風格的顧客分析技術引入實體門市、品牌及購物中心的科技平台，RetailNext 是完全專注於優化顧客體驗的先驅。透過其集中式的 SaaS 平台，RetailNext 會自動收集並分析顧客行為數據，為零售商提供洞察，使其能即時改善顧客體驗。

**600+**
brands globally

**100+**
countries

**2007**
year founded