客戶案例

THE VITAMIN SHOPPE®

在「大辭職潮」中提升薪資管理效率



RetailNext



TVS 門市：健康活力的寫照

- **薪資總額與銷售額之比率**：2 年內顯著改善
- **銷售**：在部署後的頭七個月內實現的額外營收
- **轉換率**：在部署後的頭七個月內有所提升

背景

自 1977 年成立以來，**The Vitamin Shoppe®** 已發展成為全球首屈一指的健康與保健解決方案供應商，每年協助數百萬顧客踏上終身健康的旅程。該公司總部位於紐澤西州 Secaucus，提供種類齊全的營養解決方案，包括維生素、礦物質、特殊營養補充品、草本製品、運動營養品、CBD、順勢療法產品、綠色生活產品以及天然美容產品。

在美國，該公司透過 The Vitamin Shoppe 及 Super Supplements™兩個品牌，經營超過 700 家直營零售店，並透過其網站 www.vitaminshoppe.com 提供服務。在全球範圍內，The Vitamin Shoppe 透過當地的全通路合作夥伴，為亞洲、南美洲及中美洲的部分市場客戶提供服務。

然而，該公司的成功並非取決於開設了多少間門市，而是取決於能否為每一位顧客，無論是在實體門市還是線上，提供令人滿意的購物體驗。

挑戰：告別憑空猜測

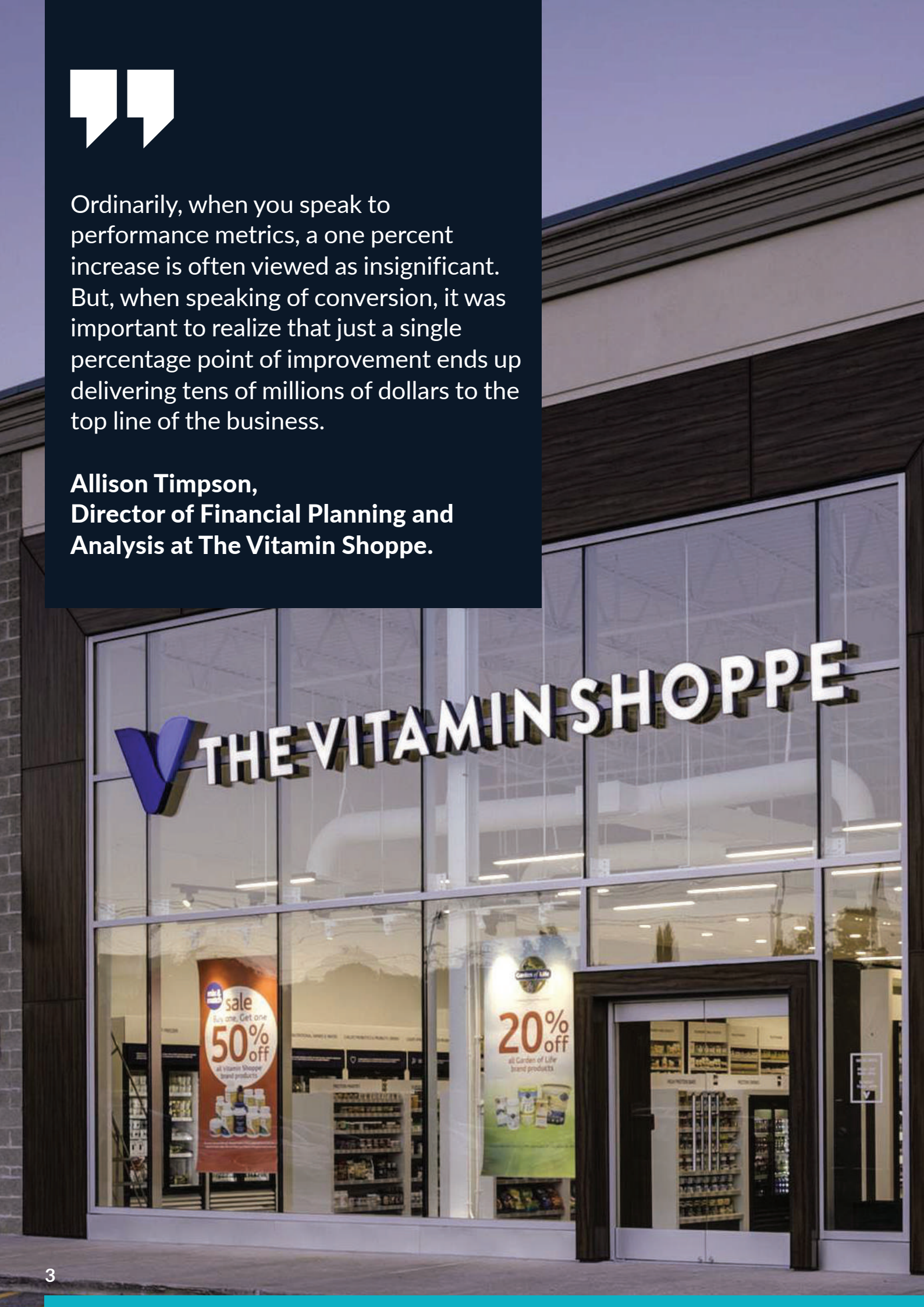
該健康與保健品牌最初並未追蹤門市客流，導致許多商業決策是基於假設，而非準確且可靠的數據。因此，TVS 團隊希望：

為 TVS 全體門市建立績效基準

找出可改進之處與發展機會

優化人力排班





Ordinarily, when you speak to performance metrics, a one percent increase is often viewed as insignificant. But, when speaking of conversion, it was important to realize that just a single percentage point of improvement ends up delivering tens of millions of dollars to the top line of the business.

Allison Timpson,
Director of Financial Planning and Analysis at The Vitamin Shoppe.

解決方案：驅動成果的精準數據

憑藉一套善用旗下所有門市客流資料的完善門市營運戰術計畫，TVS 決定只與智慧門市零售分析領域的頂尖業者 RetailNext 合作。



RetailNext 在一項試點計畫中部署了其 **Traffic Analytics** 解決方案，試點範圍涵蓋

75 家門市

歷時 **5** 天

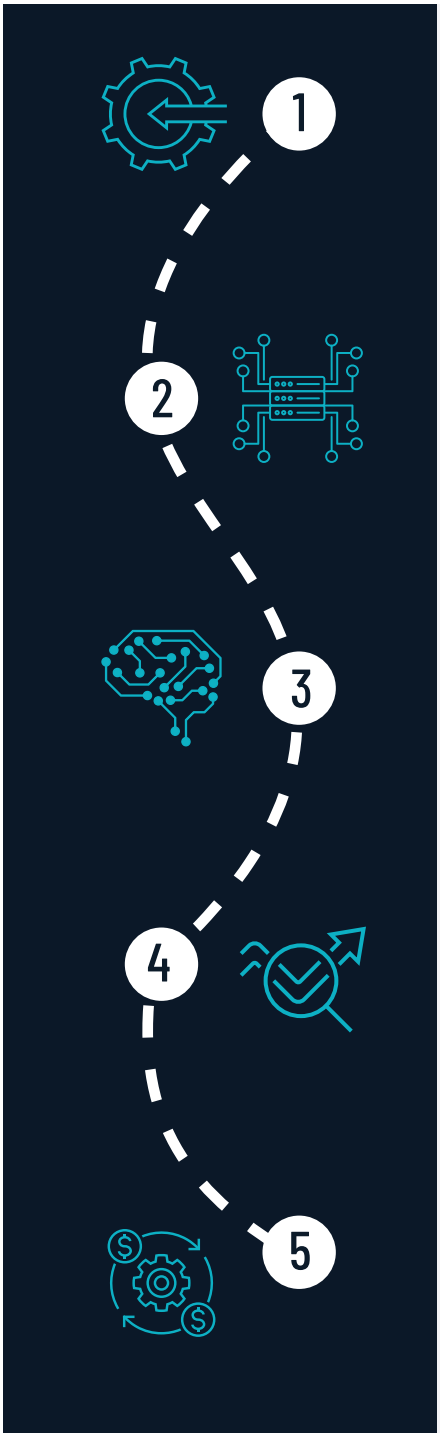
結果極為出色，TVS 隨即著手將 RetailNext 的 Traffic Analytics 解決方案部署到其餘

656 家門市

歷時 **2** 個月

The Vitamin Shoppe 如何運用 RetailNext 的數據

推動商業智慧



簡易整合

TVS 透過其內部儀表板匯入 RetailNext 的門市數據，該儀表板提供整體門市關鍵績效指標（KPI）。

集中式資料

這為所有 TVS 門市及外勤團隊提供了一個全面且統一的單一可信資料來源，涵蓋銷售額、平均訂單價值（AOV）、每筆交易件數（UPT）、轉換率（CR）、自有品牌滲透率等各項門市績效指標。

統一決策

這項商業智慧工具讓 TVS 能夠引導業務主管在做出所有決策時都以一份核心報告為依據，而不是像以往那樣依賴多個複雜且各有不同關注重點的資料來源。

統一衡量標準

TVS 能夠確保業務主管都聚焦於相同的關鍵指標，並確保整個一線團隊的關注重點保持一致。

成本效益

TVS 透過將客流資料和轉換數據整合至現有儀表板，而非建立新的報表，不僅節省了成本，同時也簡化了營運流程。

The Vitamin Shoppe 如何運用 RetailNext 的數據

建立基準線

消除猜測

挑戰

起初，TVS 僅憑 POS 或交易資料來推斷客流趨勢。雖然他們能根據交易紀錄得知銷售量最高的日子，但在缺乏客流資料的情況下，卻無法找出最大的商機。

解決方案

透過採用 RetailNext 的 Traffic Analytics 解決方案，TVS 終於能夠掌握整體門市網路以及各家門市層面的真實客流模式與當前轉換率。TVS 得以釐清各天及各時段的客流高峰與低谷，並了解各門市間客流模式的差異。

結果

TVS 旗下各門市在客流趨勢中先前未被察覺的波動，隨後得以揭露並採取相應行動。TVS 團隊成功建立門市績效基準，藉此找出可改善之處，並制定切實可行的改善目標。

發掘機會

挑戰

TVS 過去是根據各門市的交易筆數來決定營業時間。然而，這種做法無法反映店內所有顧客所代表的銷售機會。

解決方案

透過分析門市客流資料，TVS 發現有必要調整特定門市的營業時間，以因應客流狀況。

結果

部分 TVS 門市的數據顯示開店後店內顧客隨即聚集，這些門市因此提早開門營業。

其他門市在打烊前客流較高，顯示存在被壓抑的需求，因此延長了營業時間。

位於健身房附近的門市，顧客會在運動前後購物，因此延長了營業時間。

*於部署後的頭七個月內實現



Before, we could assume traffic was at x% higher or lower on the weekend but we didn't know for sure. We were forced to rely on assumptions based on transaction data that didn't really show us the whole picture. RetailNext's solutions has really helped us to remove all of the guesswork from our business decisions and drive real, tangible results.

Allison Timpson,
Director of Financial Planning and Analysis at The Vitamin Shoppe

The Vitamin Shoppe 如何運用 RetailNext 的數據

人力優化

精準且有效的排班

挑戰

過去，TVS 都是手動排定門市人員的班表，導致人力與顧客數量不相符。此外，由於必須手動製作班表，也為門市增加了額外的工作量。

解決方案

該品牌隨後開始將數據導入其排班工具，並以 RetailNext 的數據作為人力預測的主要來源。TVS 門市得以查看基於歷史及預測績效、並結合人力銷售目標等資訊所生成的人力預測，涵蓋現場約 3,500 名員工。

結果

TVS 最終透過根據客流趨勢重新調配人力，成功提升了整個連鎖體系的獲利能力。部分門市的閒置人力被調配至客流較高的其他門市。藉此，TVS 不僅成功帶動客流較高門市的銷售業績，同時也消除了其他門市因閒置人力所產生的成本。

營運調整

洞見

針對 TVS 員工排班流程所採用的數據驅動方法，挑戰了先前對 TVS 門市客流高峰時段的假設。這最初讓部分店長感到不安，他們擔心各門市的利潤率可能會受到影響。

建議

每位 TVS 店長都能透過排班工具，掌握以客流高峰時段為重點的客流趨勢，徹底釐清了先前對客流模式的種種臆測。

結果

據 TVS 表示，這對許多店長而言是一次重大的「典範轉移」。該品牌現已採用數據驅動的方式來安排員工排班，透過節省薪資支出提升獲利能力，同時不影響淨利，並持續致力於透過優化人力排班來帶動銷售。



Measuring traffic and conversion is without a doubt the foundation of any solid retail operation. But RetailNext's store data also gives us the ability to move beyond that first level of analysis to impact our business in a deeper, more meaningful way. For most retail companies, labor is the largest controllable expense on a store's P&L so the ability to leverage the traffic data enables TVS to drive sales and maximize every dollar of our payroll spend. That's a huge win for us!

Allison Timpson,
Director of Financial Planning and Analysis at The Vitamin Shoppe

RetailNext

關於 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、品牌及購物中心的技術平台，RetailNext 是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+
全球品牌

100+
個國家

2007
成立年份