

# 基于位置的分析推动以客户为中心的店内策略

以客户为中心的理念是董事会会议固定的议题。顾客一直都非常重要，然而，将他们放在商业策略的核心位置会很大程度上推进以客户为中心而非传统的以产品为中心的业务模式。推动这一转变的零售商非常清楚现代消费者在消费行为和态度上的变化。我们购物的方式已经发生彻底改变。



索博客欧洲、中东和非洲首席执行官 Bill McCarthy 接受《A1 Retail》杂志采访



技术使我们的工作、个人和社交生活相互交织、紧密相连。它们之间模糊的界线反映在我们的日常购物方式中。无论我们在实体店、线上或是手机上与一个品牌进行互动时，都希望能得到一致的高质量体验。

在这种多渠道环境下，购物过程中存在比以往更多的、能与每位客户接触的点。分析来自这些不同接触点的数据对建立盈利性更强的客户关系至关重要。同时，这个过程还会反映出更重要的问题。

“改善用户体验可促使客户持续购物、提高成交率、并使他们成为回头客。这就是所有零售商的制胜之道。”

索博客欧洲、中东和非洲首席执行官 Bill McCarthy

数据推动以顾客为中心策略

种类繁多的数据输入对零售商来说可能存在分析困难，但将公司上下所有洞察信息汇聚起来能产生巨大的价值。

当转向以客户为中心策略时，他们能够也必须通过数据更为全面地了解客户以及客户行为轨迹。

因此，在逐渐意识到在公司内部整体打造上下支持的以客户为中心的文化的必要性时，董事会会将数据分析纳入策略。

以客户为中心也意味着在组织内部不同运作渠道间共享数据的能力，同时还要求公司与其客户保持不间断的沟通。

### 提升客户忠诚度

了解购物者行为并制定相应的以客户为中心的策略会对底线产生重大影响。一份贝恩咨询公司的分析显示，能提供优秀客户体验的公司的营收比市场普遍高4%至8%。尽可能提供最好的体验能延长客户在店内逗留的时间，并促进成交率的上涨。最优质的客户会成为回头客并带朋友一起再次购物，而他的朋友又会带其他朋友再次购物，以此类推。建立并呵护这种客户关系非常重要。如此，零售商能够将购物者变成忠实客户，并把忠实客户变成终身客户。

### 了解客户店内行为

对于线上零售来说，存在客户行为分析的天然优势，但实体零售店仍在不断追赶。幸运的是，如今既有和创新技术的结合能够为店铺运营者提供分析所需的各种数据。

零售商可以基于EPOS数据评估店内销售模式，还能通过分析客流确定进店人数以及顾客的活动轨迹，包括他们在店内逗留的时长以及徘徊的位置。再加上他们的人力管理系统产生的数据，零售商能获得更为完整的店内概况。通过这些信息，零售商可清楚辨别能促进营收的有效因素，同时了解错失的机会。例如，购物者是否短短几秒内即离开店铺？如果是，他们为什么这么做？如此，零售商就可以对如店员与顾客数量比例、是否有迎客、以及付款队列长度等方面进行审视。

“在这种多渠道环境下，购物过程中会产生比以往更多的能与每位客户接触的点。分析来自这些不同接触点的数据对建立盈利性更强的客户关系非常关键。而在这个过程中还会反映出更重要的问题——管理问题。

索博客欧洲、中东和非洲首席执行官 Bill McCarthy



### 洞察全部客户机会

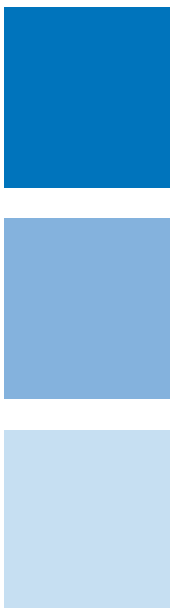
基于位置的分析帮助零售商全面了解客户店内行为，这种分析同样适用于店外，有助于在营销投入、选址和有竞争力的市场定位方面进行战略性决策。例如，营销团队可以只为那些能够通过数字化营销切实提升进店率的特定店铺推出此类针对性强的营销活动，从而提升营销预算的回报率。基于位置的分析还能在营销活动的前、中、后三个阶段评估客流变化趋势，反映营销活动的有效性，同时还可以为零售商提供有关市场、店外客流以及店内购物者行为等方面前所未有的详细信息。

### 采用以客户为中心的技术实现商业目的

基于位置的分析使零售商得以在全球范围内洞察拥有巨大商业价值的客户信息。此类洞察信息可在多方面对制定以客户为中心的策略提供参考。

### 客户互动

了解哪些客户进入店铺、哪些区域吸引最多客流及其原因、以及店员与客户互动的及时性和有效性。



### 运营有效性

识别人力配备的优点和弱点，提供必要的培训，利用客流分析优化排班以提升客户服务品质。

### 优化市场开支

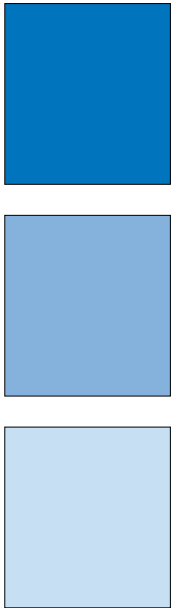
评估营销活动对客流量和成交率的影响，借助数据提高当前和今后营销活动的效果。

### 业绩标准化

助您了解多种多样的行为模式，并评估为何某一部门、店铺或国家的业绩在同类对比中领头或垫底。这有助于调整策略，并为您提供可在公司内部分享的最佳实践信息。

“我们购物的方式已经发生彻底改变。技术使我们的工作、个人和社交生活相互交织、紧密相连。它们之间模糊的界线反映在我们的日常购物方式中。无论我们在实体店、线上或是手机上与一个品牌进行互动时，都希望能得到一致的高质量体验。”

索博客欧洲、中东和非洲首席执行官 Bill McCarthy



目前，零售商有能力真正了解客户，拥有高质量的客户体验数据使零售商能够及时作出必要调整并观察客户对调整的反映。

改善用户体验可促使客户持续购物、提高成交率、并使他们成为回头客。这就是所有零售商的制胜之道。



