



将客流统计融入企业文化的 两项基本规则

使用客流数据实现营收增长

 **ShopperTrak**

顶线

众所周知，数据驱动业务，然而，并非所有人都了解如何使用数据以及如何将数据转化为成果。将客流分析方案融入机构应当以提高营收和为影响销售的员工提供简单实用的信息为目的，而其最有效的方法就是将客流数据融入到机构现有的企业文化中。

成功融合客流分析数据到企业文化始于以下两条基本规则：

1, 简单

2, 可执行

您可以通过以下方式轻松实现客流数据的融入。

确保客流数据简单易懂

客流量对于零售业来说并不是一个全新的指标，也不是一个孤立于其他关键业绩指标 (KPI) 的指标。客流量代表了商店拥有的所有机会，与交易数、客单价、成交率，劳动力分配和丢失机会直接相关。

由于其对店铺盈利能力的影响，机构的关键人员应当高度重视客流信息以进行评估和有效的商业决策。对客流数据的重视程度应当和销售计划，营销活动，物业决策以及客户服务培训等类似。

要普遍提高对客流数据的重视程度和鼓励有效地应用客流数据，首先应当使项目易于理解。为确保决策者合理审视并利用客流数据，应当通过建立指引来简化流程。

简化客流报告与解读的技巧

要	不要
将客流数据作为一项关键业绩指标集成到机构各层级现有的报告中。	把客流数据作为与当前关键业绩指标不同的新的度量数据加以关注。
将客流统计结果最小化为两到三个趋势报告： <ul style="list-style-type: none">● 同比结果● 季度趋势● 营销活动 / 产品发布	在整个机构中以相同的方法汇报客流数据。
以从店内统计出的客流与成交率结果为标准，努力实现全部达标。	在不了解客流趋势和总体店铺机会的情况下设定业绩目标。
根据客流数据选择客户行为培训的内容。	忽略持续的高客流低成交率现象。
利用客流数据识别市场营销活动的机会点，将客流吸引入店作为目标。	假定店铺客流仅反映在销售终端处的交易或趋势上。

确保客流数据受到重视：使其具有可执行性

和许多举措一样，如果客流数据在机构各层面不具有可执行性，将会被像过季趋势一样受到抛弃。为了使客流数据成为可执行的度量数据，应当将其视为能左右当前目标和过程的相关影响因素，应当向您的团队强调，客流分析是制定现有策略的基础，而非基于现有策略。

应当使机构各层级注意到客流数据对业绩的影响。

店铺管理人员应如何解读客流数据以满足自身需求

用户	最佳实践
高级 管理人员	<ul style="list-style-type: none"> 将客流数据作为店铺业绩目标中的标准指标项目。销售业绩不达标时，客流趋势有何变化？ 对比年度客流数据和销售趋势，以制定季度和年度计划。
现场 管理人员	<ul style="list-style-type: none"> 识别当前成交率和客单价水平，并为提高百分比设定目标。 通过识别额外成交数简化目标（例如，每增加一百人，与其中一人达成交易）。
店铺 管理人员	<ul style="list-style-type: none"> 重点关注全周和周末客流高峰时间段，确保服务覆盖率以提供一致的客户体验。 做好人力安排，以便使正确的人员在正确的时间，出现在正确的地点，承担正确的工作。
市场 营销人员	<p>通过对比特定日期和时间举办的营销活动，以了解营销活动对客流的影响程度。</p> <ul style="list-style-type: none"> 将店铺业绩与商场和市场客流数据进行对比。如果店铺业绩下降，判断商场和市场是否也遭受了同样的情况。

底线

为了将客流分析有效地融入到现有的文化中，数据应当表现出一致性，清晰表明其对销售和营业额的影响。为确保客流数据受到关注、讨论以及成为重要的关键业绩指标之一，应当遵循如下两个原则：简单且可执行。客流分析应当与其他关键业绩指标一样作为实现底线结果的重要推动力。



Melissa Haussmann 是索博客美国总部的客户经理。在此职位上，她帮助客户基于客流数据识别关键业绩指标，并协助他们做出改变以基于这些关键业绩指标提升业绩，最终使他们达到营收底线。



-  官方微信: ShopperTrak_China
-  官方微博: 索博客科技深圳有限公司
-  官方网站: www.shoppertrak.com.cn

中国深圳福田区深南大道4001号时代金融中心19楼EFGH

0755-23937631 18938029448

szhang@shoppertrak.com