

极智门店

服装零售·连锁店铺智能管家

Intelligent

Retail store management

BAIFU
百 夫 信 息 技 术

1

连锁门店
人工智能plus

连锁门店困局

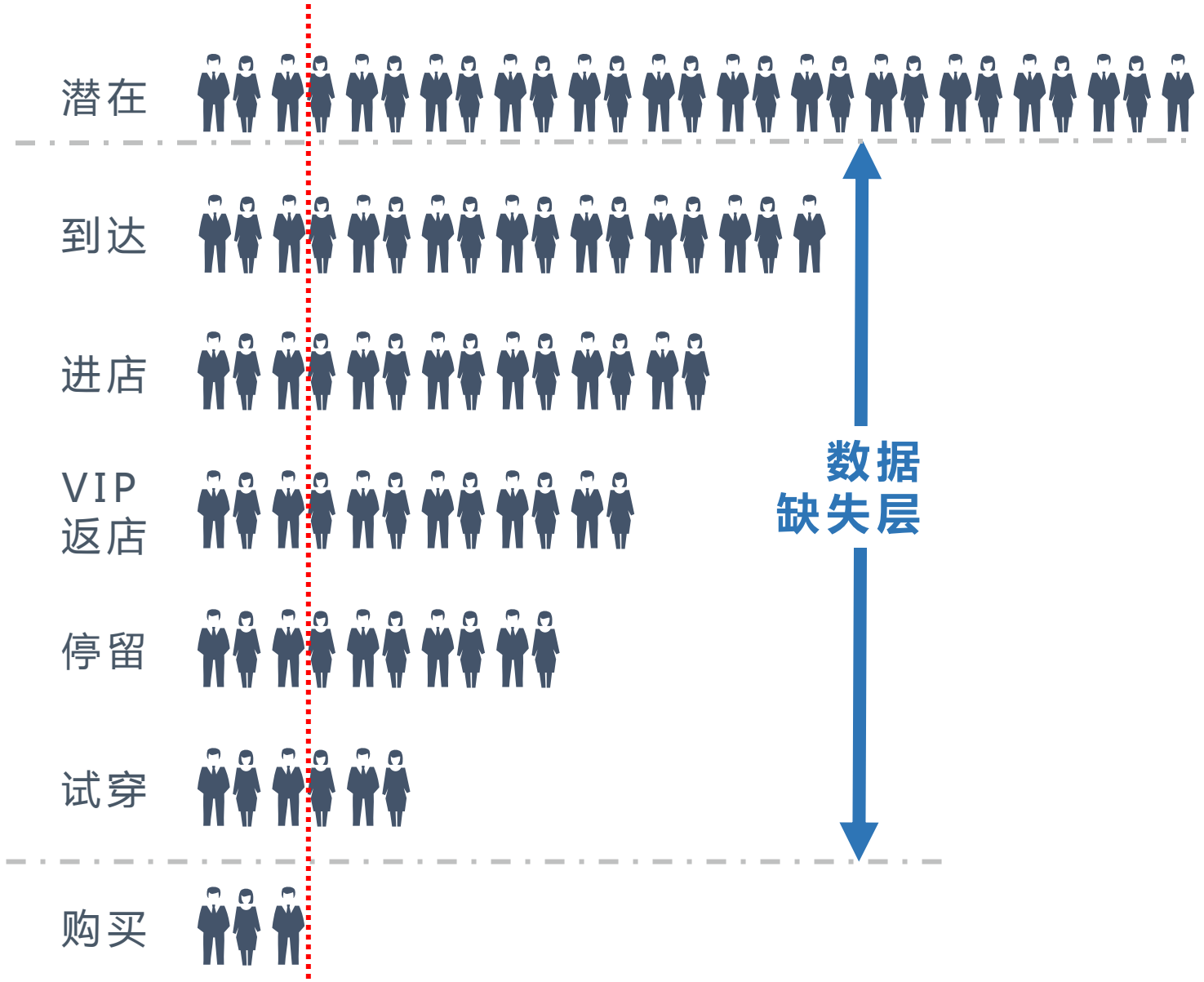
线下数据“黑盒子“，如何获取关键数据？




You CANNOT manage
what you DON’ T know

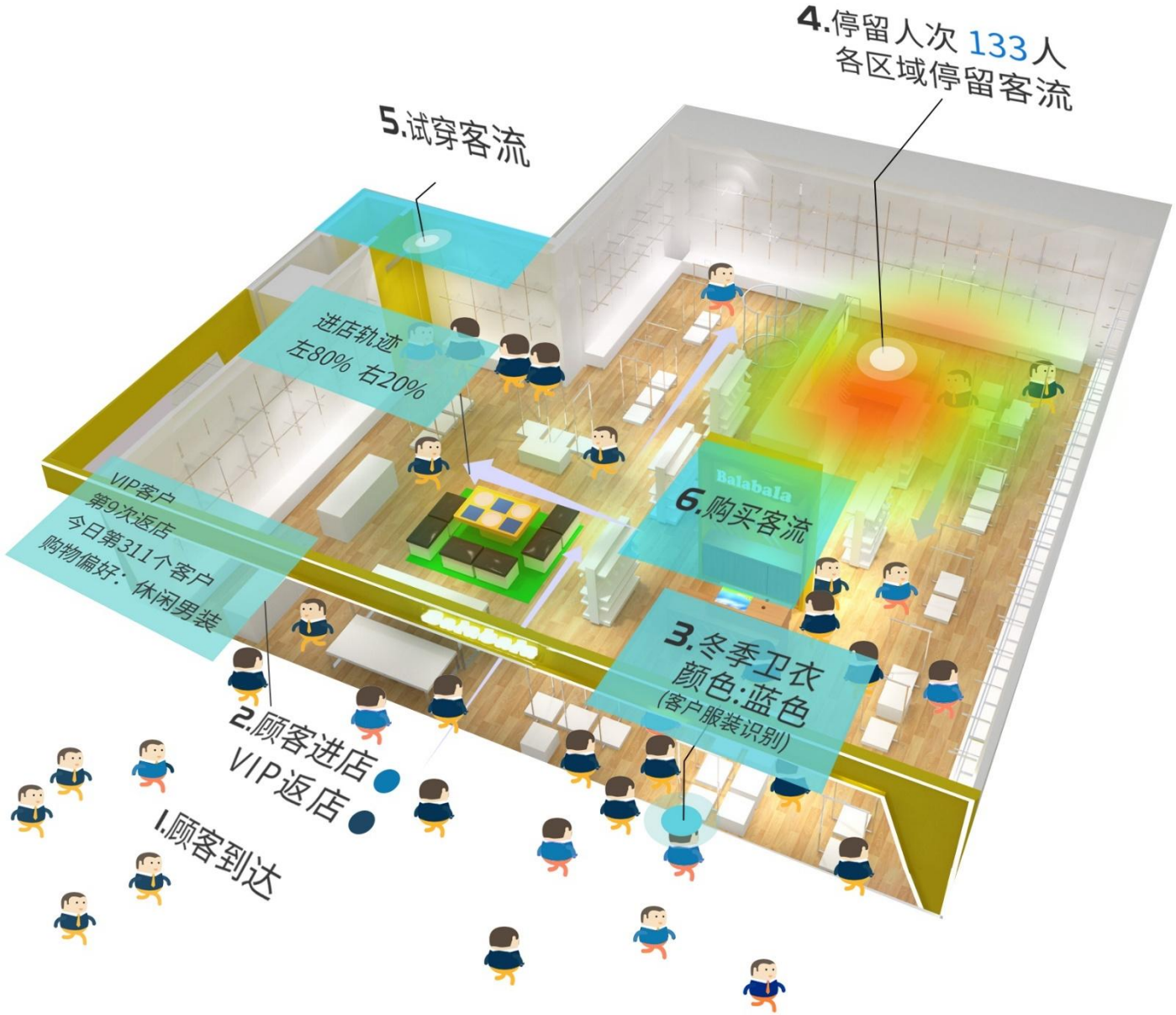
连锁门店困局

从潜在客户到购买客户，存在大范围数据缺失



连锁门店困局

如何获取关键数据，提升商业管理能力？



连锁门店困局

人工智能破局：激活门店原始数据，提升商业管理能力





激活门店原始数据



提升商业管理能力



2

极智门店方案详述

连锁店铺·智能管家


极智
门店运营
人工智能
plus
极智
管理分析

极智门店运营

零售门店之谜：运营管理主要凭经验，店长经验难以复制

传统零售行业，受限于数据收集难度、数据分析能力，门店决策主要依托于店长个人经验。

因而，宝贵的线下数据无法收集，店长的经验也难以复制到其他门店。



零售门店之谜

- 员工该如何分配？
- 门店受众都是谁？
- 热门商品是哪些？
- 成交率为什么低？
- 店里情况怎么样？

极智门店运营

以摄像头为载体，智能化采集门店全流程商业数据



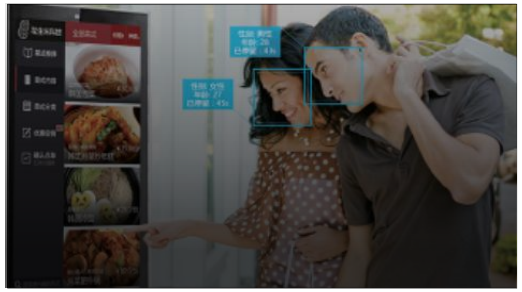
时段客流统计

统计各时段出入客流量，
掌握客流变化趋势



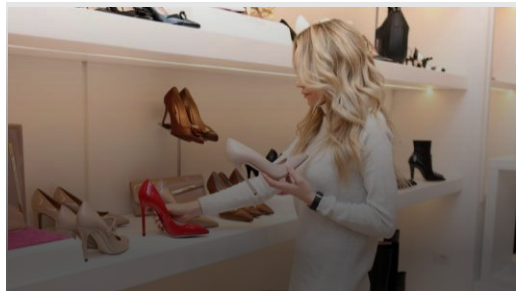
客流特征识别

展示不同时段来访客户性
别比例、年龄段分布



VIP会员识别跟踪

全面描绘VIP会员画像，
精准了解需求



关注、试穿分析

拆解客户购物过程
找准流失关键环节



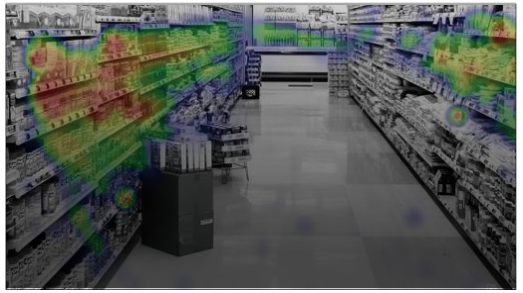
表情识别

关键环节客户表情，
保障商场服务质量



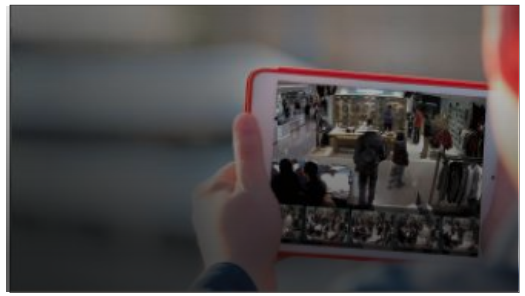
移动路径

掌握消费者购物路线，
优化布局



热点分析

识别客户重点停留区域，
长时间驻足展柜



远程巡店

查看各店铺实时情况，
强化统一管理

极智门店运营

从数据采集到数据运用，实现业绩提升

数据采集



客流统计



人口特征



热力统计



购物单元



移动轨迹



滞留时长



顾客消费



动作识别



人工智能

数据应用



人员优化



商品优化



布局优化



业绩提升



个性化体验

极智门店运营

借助电脑web端、手机app端，无缝嵌入门店运营管理日常流程



智能评估

策略建议

远程巡店

热力分布

……



极智门店运营

客户 -消费者画像



客户 - 消费者画像

- 消费者特征——性别、年龄
- 消费者习惯——动线
- 消费者喜好——颜色、产品热点
- VIP消费者追踪

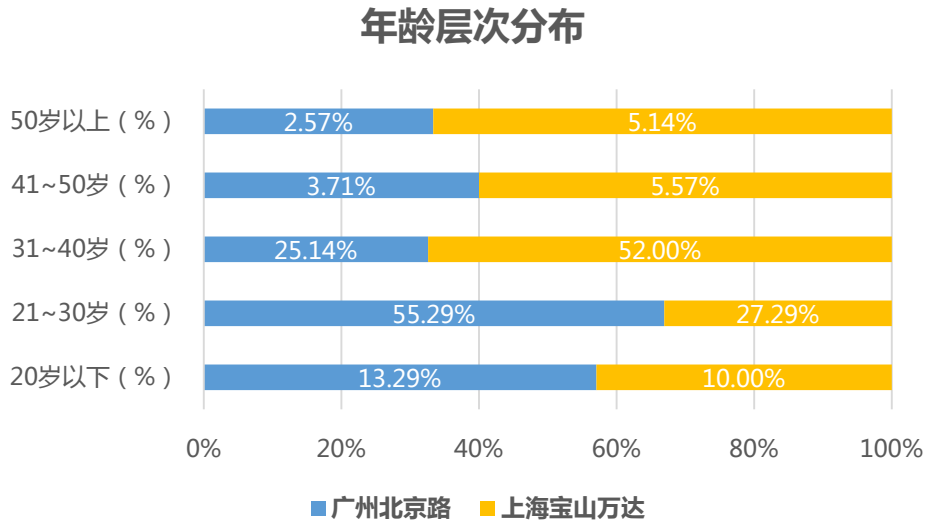
极智门店运营

智能识别客户性别、年龄，准确定位核心受众，搭配适销对路产品

客户属性Vs产品受众

广州店主力进店人群：21-30岁**年轻父母，**占比近**60%**

上海店主力进店人群：31-40岁**中年父母**，占比**52%**



识别客户属性、喜好，指导订货



广州店：

订货**婴幼童**为主



上海店：

订货**中大童**为主

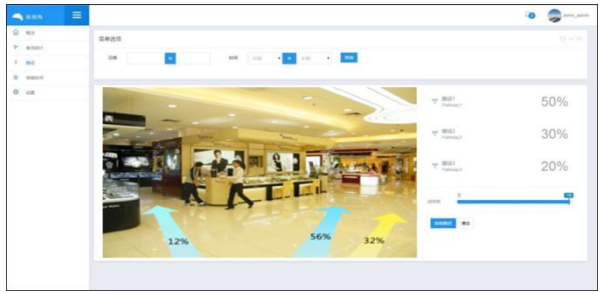
极智门店运营

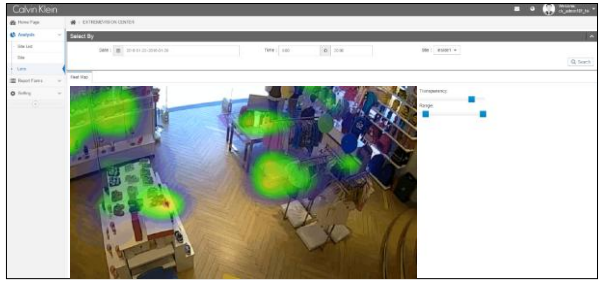
客户行动轨迹、停留时间等，区域人气分布一目了然

来店后爱怎么逛？



一键获取店内各区域人气分布



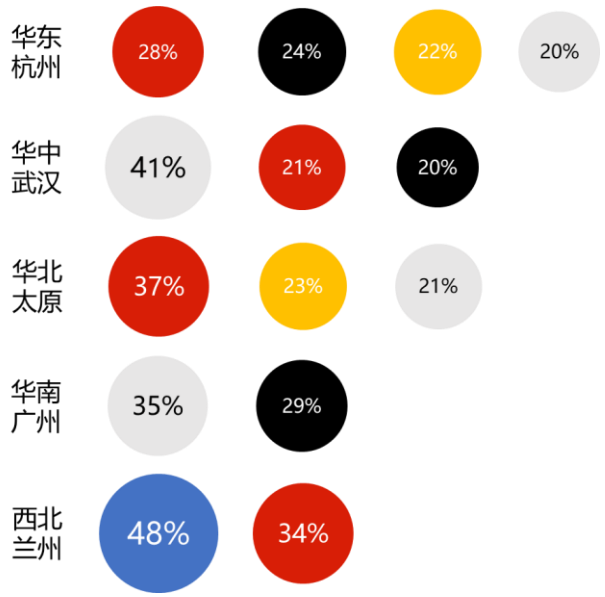


智能识别客户进店后行动轨迹、停留时间，识别各区域关注度、产品销售倾向等，一键获取店铺人气分布

极智门店运营

自动捕捉进店客户服装款式、颜色等客户偏好

来店客户自身偏爱？



各门店进店顾客着装以**红色、灰白、黑色**为主，兰州门店顾客偏爱**蓝紫色**，华东、华北顾客对**橙黄色**较为喜爱。

识别客户属性、喜好，指导订货



华东、华北地区门店进货时，可适当增加**鲜艳暖色调**服饰比例；西北地区门店可多增加**蓝紫色**服装，适当减少黑、灰白色供应。

极智门店运营

VIP客户进店人脸识别，自动推送客户喜好，节省人力培训成本

服务VIP客户（研发内测）



VIP画像

姓名	Lucas
性别	男
年龄	30-40岁
返店时间	周五晚上
关注商品	食品、日用品 与男性服装
购买率最高商品	食品
平均消费	243.8元

结合VIP信息，推送会员画像

根据该会员画像，新手导购也可迅速上手，节省大量人力培训成本



极智门店运营

商家 –终端智能管理



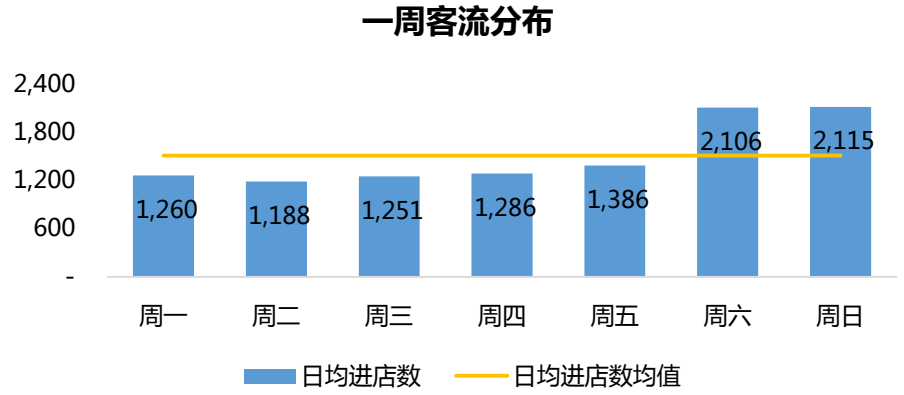
商家 – 终端智能管理

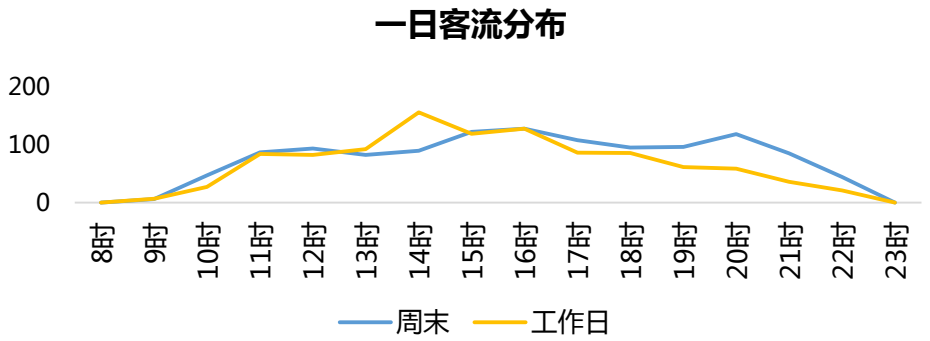
- 微观：
  - ——完善人手调配
  - ——合理资源投放
  - ——促进服务改进
  - ——方便层级管理
  - ——提升顾客体验
- 宏观：
  - ——战略大屏：数据一目了然
  - ——定位门店：针对性决策
  - ——数据分析：抓取关键指标

极智门店运营

优化人员配置，保障高峰时段销售，进一步释放客户购买力

人手该怎么安排？





结合客流，获取每日推荐排班

单位：人	周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
日总数	12	10	12	12	15	17	18
早班	5	4	5	~~6~~ 5	~~7~~ 6	8	8
中班	~~1~~ 2	~~1~~ 2	~~1~~ 2	~~0~~ 2	~~1~~ 2	~~2~~ 0	~~1~~ 0
晚班	~~6~~ 5	~~5~~ 4	~~6~~ 5	~~6~~ 5	7	~~7~~ 9	~~9~~ 10

*注：早班（9:30-16:30）/中班（12:00-19:00）/晚班(15:30-23:00)；**红字**为在原有排班上增加排班，**绿字**为在原有排班上减少排班*

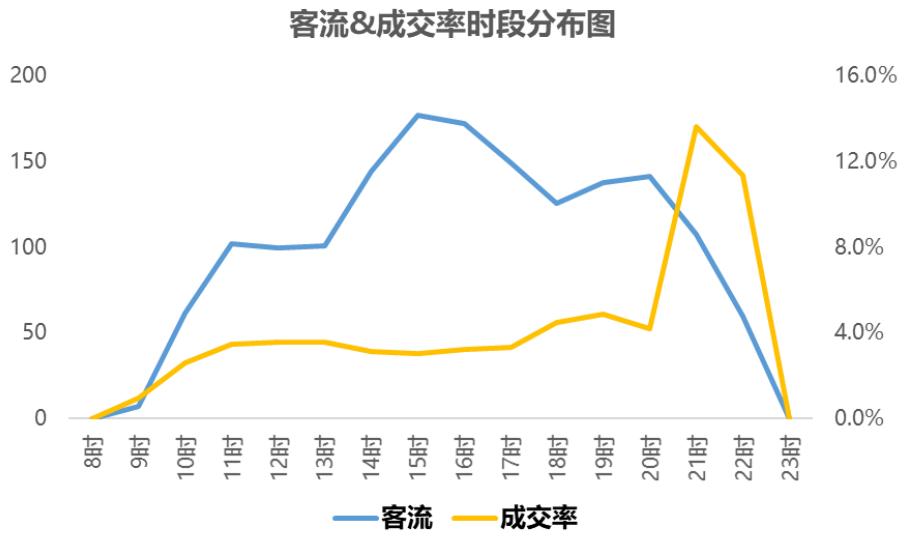
极智门店运营

智能统计全天各时段成交率，结合四要素，精准投放资源

买单的黄金时段，白银时段？



最好的资源Vs最关键时段



智能匹配四要素与成交率，判断高峰与低谷，提醒及时进行员工激励，激发积极性，提升成交率

极智门店运营

了解销额、明确目标；充分利用淡场时间学习

如何针对性提升导购水平？





智能评估每日表现，针对表现差环节自动推送改进策略，每逢淡场组织共同学习



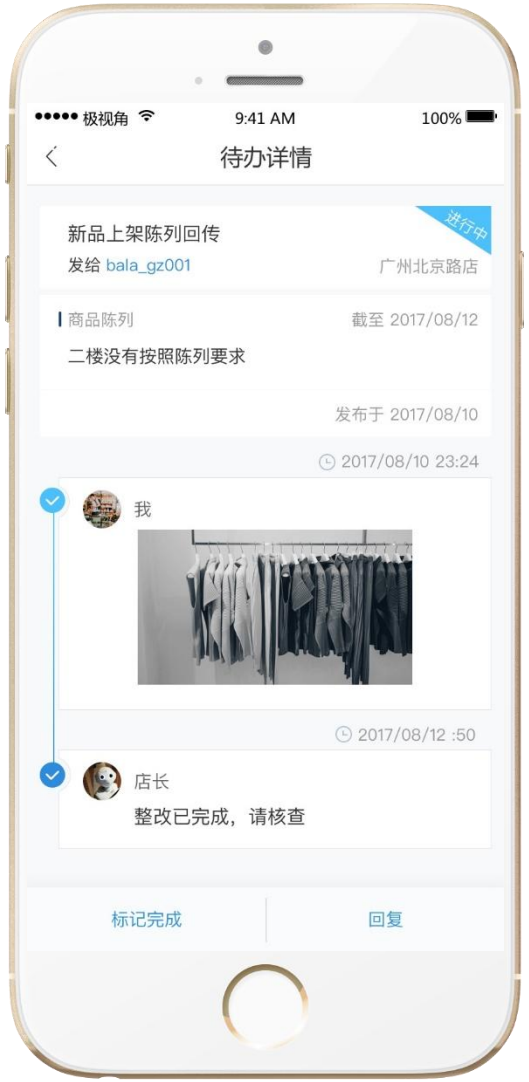
极智门店运营

对接日常工作，接入店铺打分系统，重点事项即时提醒，嵌入工作流程

重点自动提醒
待办一目了然

根据门店薄弱环节，提出针对性改善措施；
进行中、已完成自动归档，根据重要程度排序





嵌入工作流程
一键发布事项

督导可根据巡店情况、门店数据等，一键下发各项待办事项；
门店反馈后自动回传

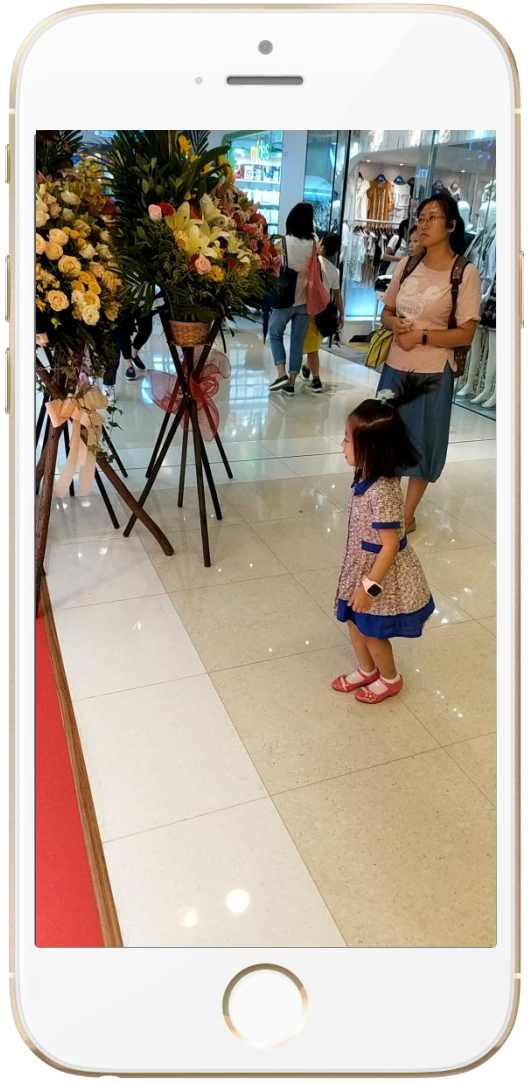
极智门店用户体验 —— 乐趣

响应童装品牌门店定制化需求，在已有场景基础上提升儿童到店乐趣体验



到店儿童整体画像

- 普遍对长时间选购试穿过程厌烦，容易被新鲜事物吸引；
- 2-6岁儿童触网年龄低，多数拥有益智类小游戏经验；
- >6岁儿童多数拥有社交账号，社交需求强烈，从众攀比心里强，拥有社交小圈子。



游戏创意

- 定位：轻松休闲，
- 风格：甜美童话，色彩明亮
- 乐趣：
  - 代入感：动态节奏，交互体验；
  - 惊喜性：音乐类型丰富、支持合作及竞赛模式，玩法多样
  - 鼓励性：舞蹈可分享，游戏得分可兑换优惠券

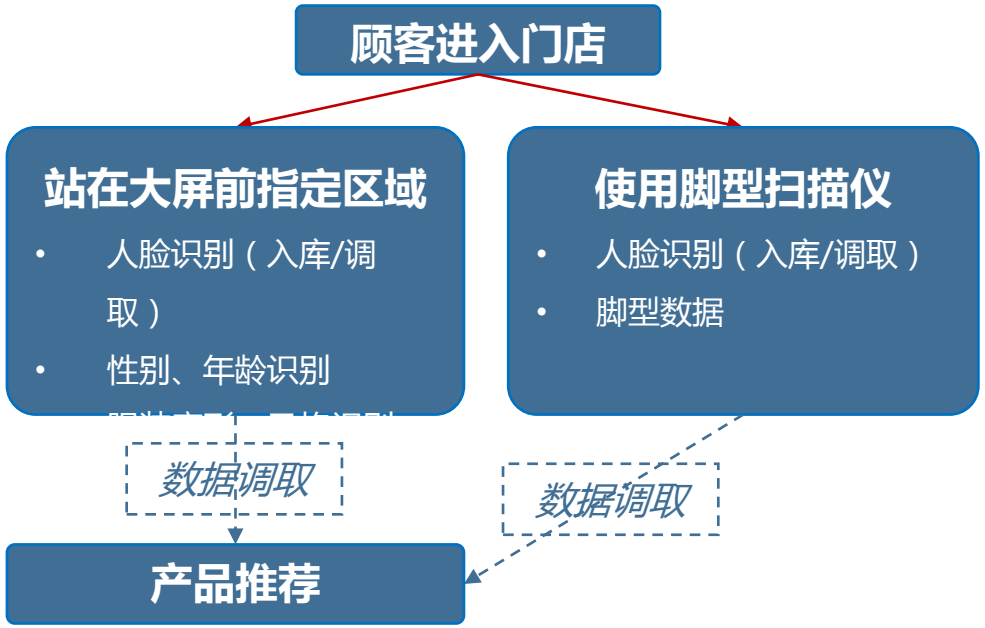
引流

提升转化率

极智门店用户体验 —— 推荐

响应鞋履品牌定制化需求，打造虚拟商城品类推荐功能







极智门店用户体验 —— 社交

基于面相识别算法，可投放于零售门店需要引流区域，拉近顾客距离，增强社交体验



到店群体整体画像

- 90、00后居多；
- 社交软件重度使用群体使用频繁，对于新奇体验敏感；
- 社交需求强烈，热爱交友与分享



体验创意

- 迅速识别顾客面部特征，给出面相趣味分析

引流

增强互动

极智管理分析

战略大屏：全国各区域门店健康值分布、数据报表一目了然

- 全国总销售额及区域排行榜
- 各区域健康程度及发展趋势
- 畅销产品排行及单品分析
- 销售客流综合趋势
- ……



极智管理分析

门店定位：全方位、多维度收集门店、大区信息，智能分析，辅助决策

潜力店

扩张门店

吸引客流

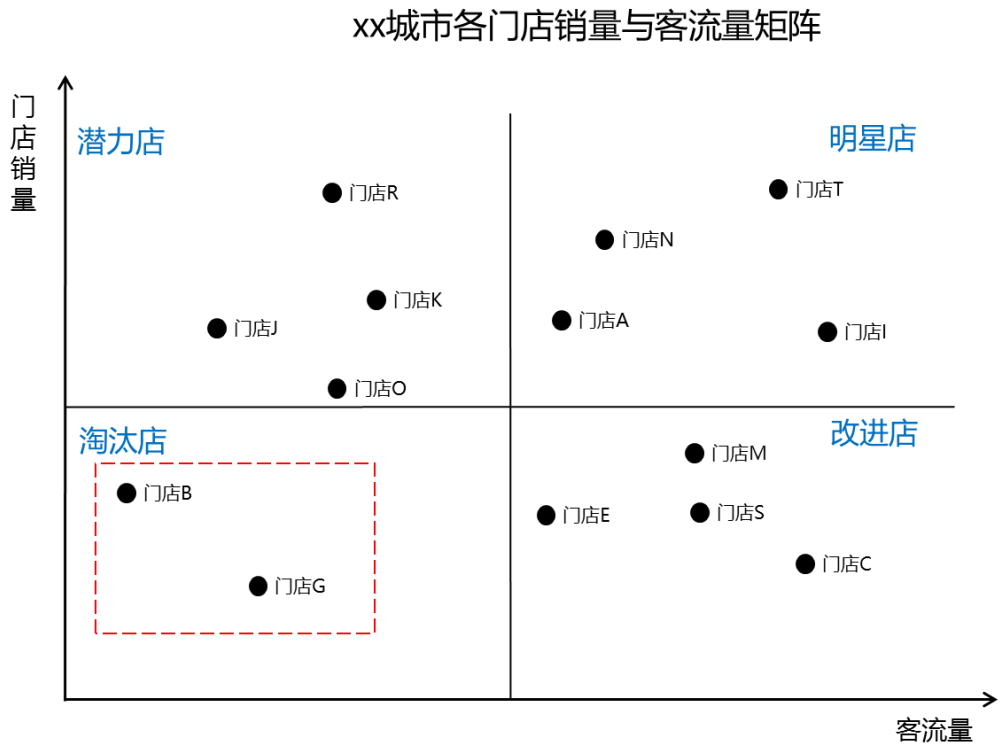
提高进店率

淘汰店

分析问题

吸取教训

更换店址



明星店

案例分析

分享经验

增开门店

改进店

重点关注

促进购买

提高成交率

极智管理分析

数据分析：长期监测门店数据，抓取影响业绩的关键销售指标，辅助门店提升业绩

- **核心观点概述 ：**按照销售额划分梯队，梯队内部存在提升空间，梯队之间存在跨越可能性

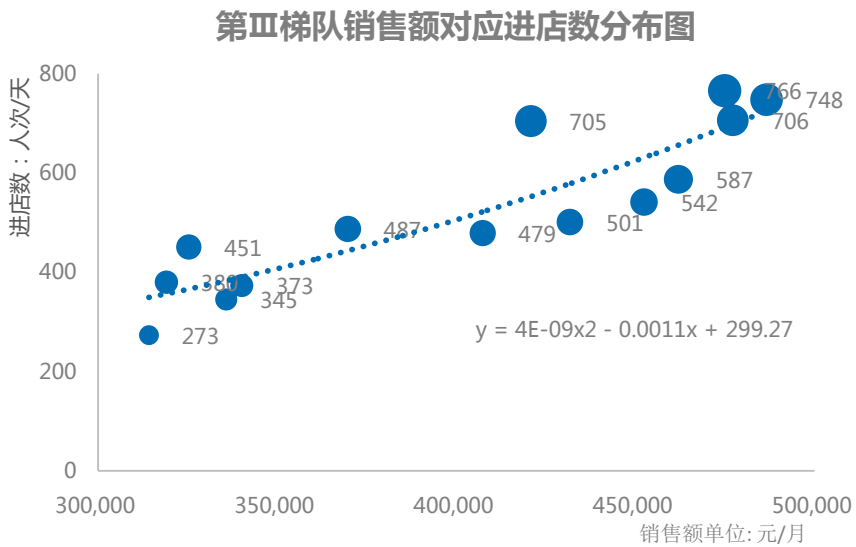
门店梯队分类	月均销售额	与销售额的相关性占比			
		日均客流	成交率	连带率	客单价
第Ⅰ梯队	>80W				
第Ⅱ梯队	50-80W				
第Ⅲ梯队	30-50W				
第Ⅳ梯队	15-30W				
第Ⅴ梯队	<15W				

- **梯队内部基线**

  根据指标与销售额的相关性占比排列优先级

- **梯队上升跃迁**

  抓取潜在门店，实现指标在下一梯队建议值



注：因涉及商业信息数据保密问题，以上数据均为虚拟数据

极智管理分析

数据分析：长期监测门店数据，抓取影响业绩的关键销售指标，辅助门店提升业绩

- **梯队内部：**不同门店其四要素存在上升空间，可根据相关性设定改善优先级，从而进一步提升销售额

30W-50W	进店数	成交率	连带率	客单价
相关性系数（VS.销售额）	0.75	0.24	0.03	0.42
建议值	532	7.10%	3.3	369

第Ⅲ梯队（月销售额30W-50W）
2018.01~2018.03

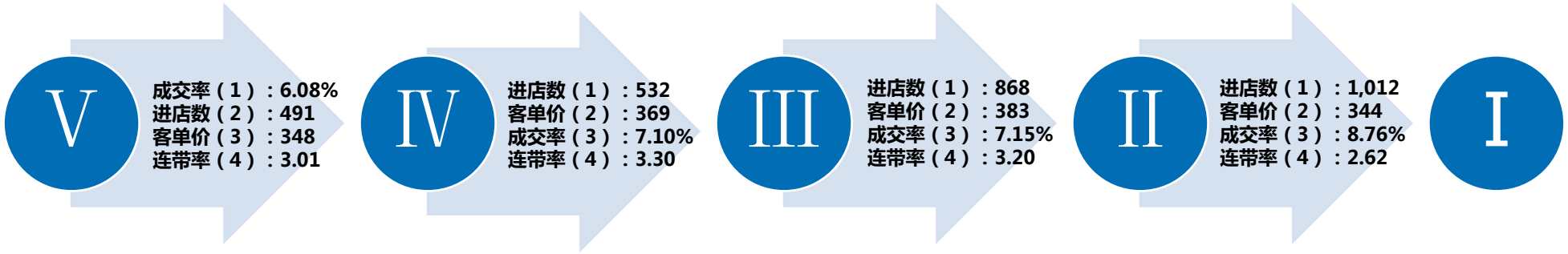
	销售额	进店数	成交率（2）	连带率（3）	客单价（1）
北京槐房W店	399,179	714	5.13%	4.09	353
桂林叠彩D店	352,460	364 ↑	13.69%	2.91 ↑	261 ↑
六盘水C店	396,103	517 ↑	7.23%	2.21 ↑	334 ↑
娄底五江B店	328,835	534	5.01% ↑	6.02	413
茂名D店	324,650	465 ↑	7.97%	2.40 ↑	309 ↑
南京F店	340,706	433 ↑	7.41%	2.37 ↑	378
莆田P店	427,535	456 ↑	9.85%	3.46	412
上海L店奥莱	320,814	330 ↑	8.97%	2.89 ↑	366 ↑
上海Z商城MALL	480,790	997	4.27% ↑	2.82 ↑	392
崇州G店	329,415	439 ↑	4.19% ↑	2.20 ↑	315
衡阳H店	417,651	607	4.33% ↑	4.91	525

注：因涉及商业信息数据保密问题，以上数据均为虚拟数据

极智管理分析

数据分析：长期监测门店数据，抓取影响业绩的关键销售指标，辅助门店提升业绩

- **梯队跃迁：**从不同梯队归纳数据模型，抓取潜力门店，针对性优化内部指标提升业绩



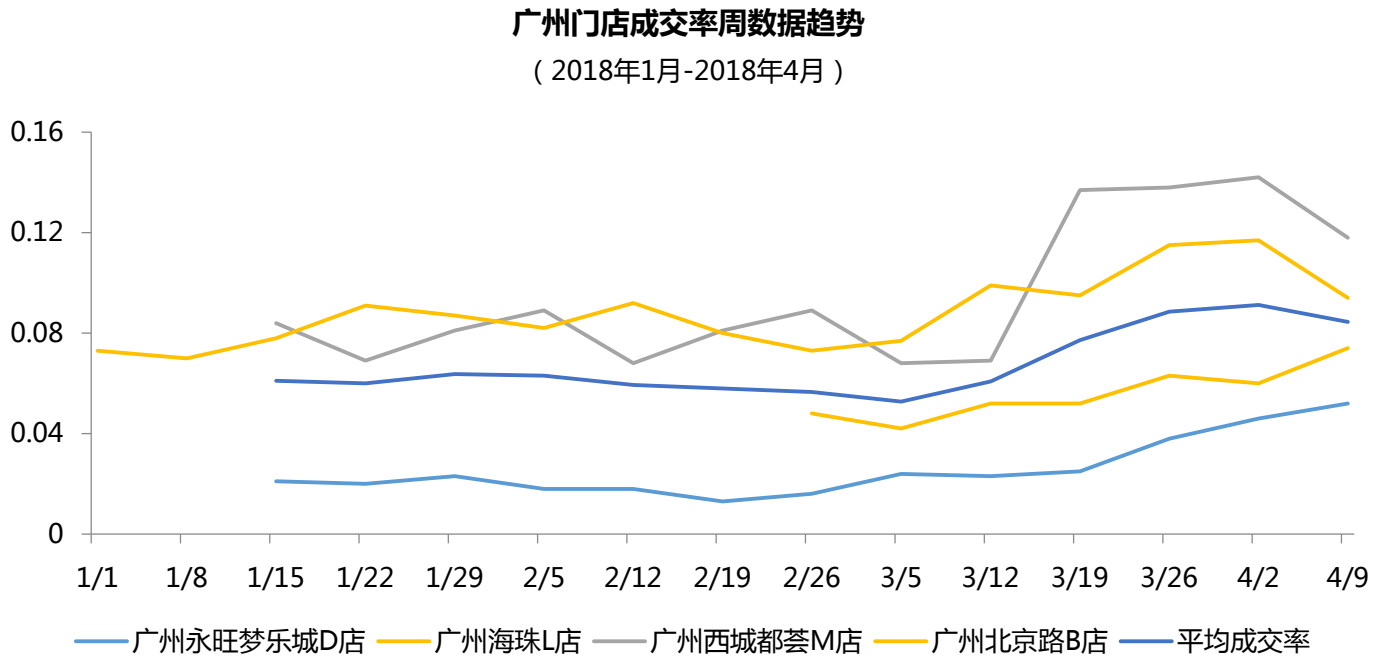
四要素（2018Q1）	月均销售额	日均进店数	成交率	连带率	客单价
上海L店奥莱	480,790	997	4.27%	2.82	392

潜力门店	相关性系数	梯队跃迁：Ⅲ(30-50W) → Ⅱ(50-80W)	
		第一季度原数据	需实现数据
日均进店数	0.75	997	868
客单价	0.42	392	383
成交率	0.24	4.27%	7.15%
连带率	0.03	2.82	3.20

注：因涉及商业信息数据保密问题，以上数据均为虚拟数据

极智管理分析

数据分析：长期监测门店数据，抓取影响业绩的关键销售指标，辅助门店提升业绩



门店	成交率	
	1月	4月
均值	**6.2%**	**8.8%**
广州西城都荟M店	7.8%	13.3%
广州北京路B店	8.0%	10.9%
广州海珠L店	-	6.6%
广州永旺梦乐城D店	2.1%	4.5%

✓2018年1月至4月，广州门店的成交率均值为**6.7%**，成交率自3月开始出现较大的增长，4月成交率较1月**增长2.6%**；

注：因涉及商业信息数据保密问题，以上数据均为虚拟数据

Thanks.

