

百丽门店数字化探索

2018.5.24

百丽正在逐步建设完善支持未来门店的各项能力

数字化赋能运营



门店数据产品

采集分析客户全历程门店行为数据



统一终端营运工具

整合门店数据和管理，打通单店到决策层壁垒



.....

多样化用户互动



全渠道运营

打通线上线下用户交互，将顾客关系由弱变强



互动运营支持工具

支持员工与客户互动的小程序、CRM工具等



.....

孵化打造构建未来门店的各项能力

基础能力

内容运营

客户服务

数据采集储存和分析

智能硬件

产品研发

视觉捕捉

—— 追踪客户门店轨迹，赋能货品/陈列/市场

采集线下门店客户全历程数据，支持深度货品/陈列/市场的分析决策

人

货

场

进店

店内轨迹/停留

购买

货品陈列

区域关注



应用方向



客流分析指导
营销、货品等



动线分析指导
货架陈列等



进店客户提醒
协助店员服务



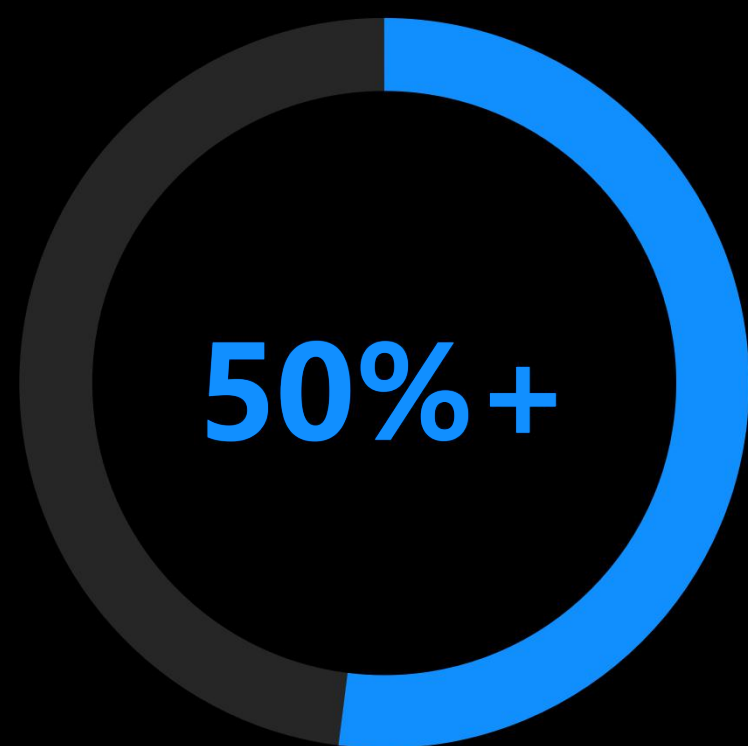
店员行为追踪
帮助店铺管理

.....

| 某门店进店客流分析发现，女性客户购买转化低

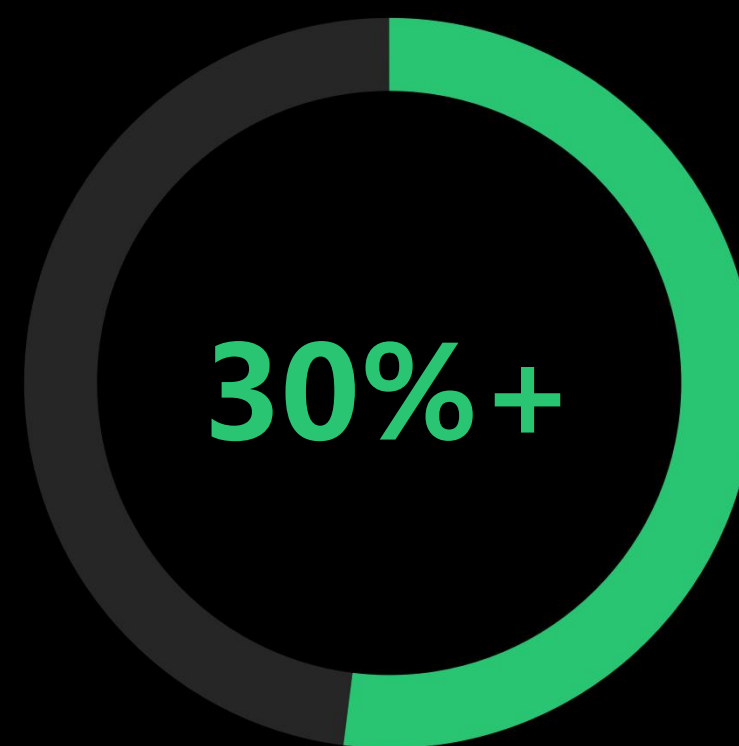
某门店应用案例

进店客流女性占比



V.S.

门店销售额女款占比



门店女性顾客
转化率**低**

| 营运人员迅速决策，优化门店货品和陈列设计



货品增加了30%+的女款SKU



女子区域**陈列**突出暖色系SKU

| 实现该门店销售的大幅提升

货品和陈列调整一段时间后



女款销售额环比增长

~40%

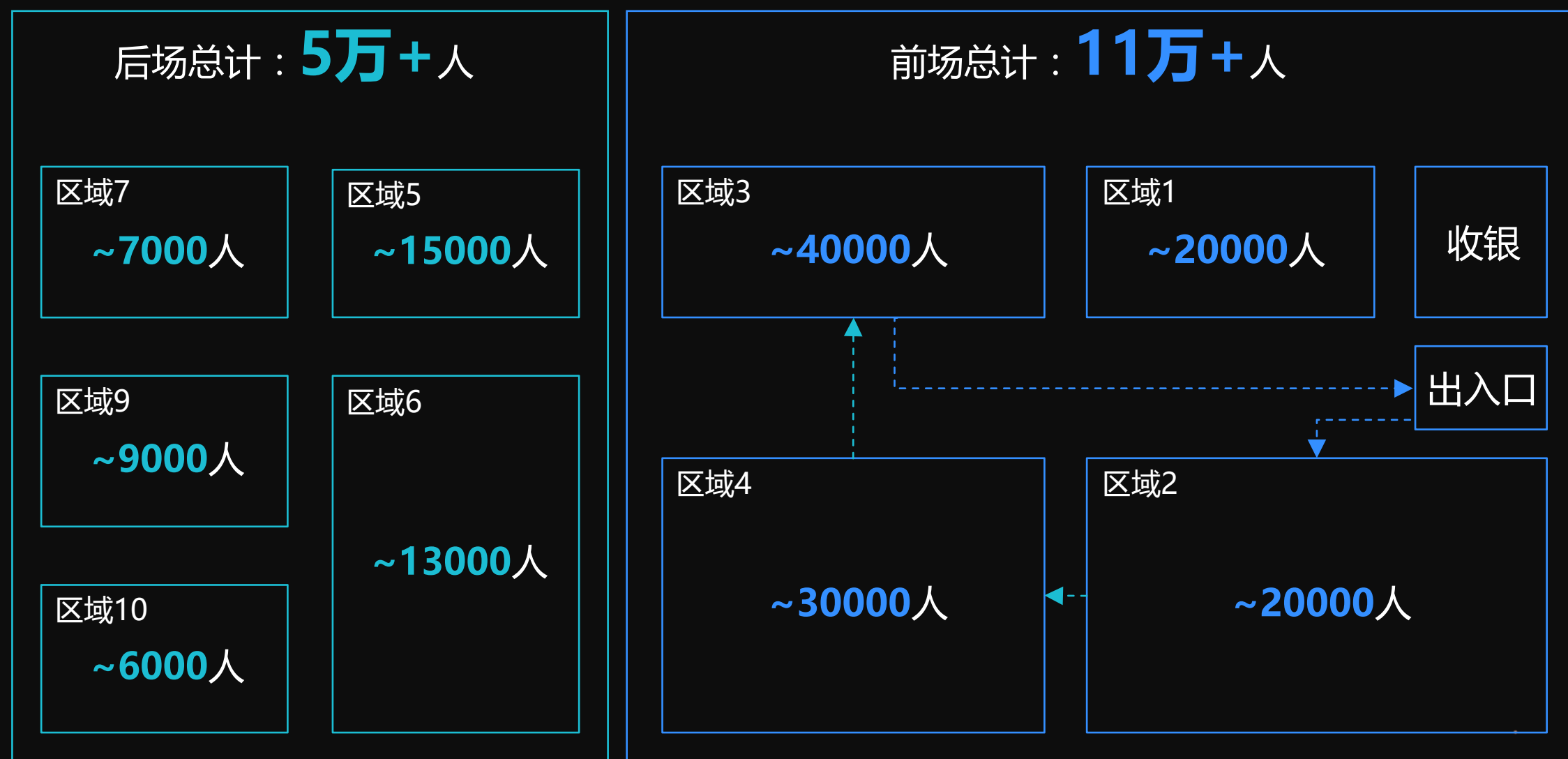


全店销售额环比增长

~20%

动线分析显示，综合所有客户在该门店的访问路径，发现后场客流显著低于前场

某门店应用案例



➤ **~70%**的客户
往往止步于后场

| 业务人员迅速改善区域布局，引导客户步入后场



陈列调整：

调整前后区域的模特，减少对后场的遮挡

新增门店内柱体附近货架，减弱柱体影响

| 实现该门店后场区域销售额的大幅提升

陈列调整一段时间后，两个后场区销售提升

后场**区域9**
销售额环比增长

~30%

后场**区域10**
销售额环比增长

~50%

百丽门店数字化转型探索

未来还有更多可能