

Estudo de caso

# MCARTHURGLEN

DESIGNER OUTLETS



McArthurGlen, líder europeu em varejo de grife, fez uma parceria com a Sensormatic Solutions para aprimorar as operações de varejo por meio do Programa Retail Expert.

# Resumo

## Quem é McArthurGlen?

A McArthurGlen é uma operadora líder de lojas de grife na Europa, com 24 unidades em 8 países no continente e no Canadá. Oferecendo uma variedade de marcas luxuosas, de designer e premium, cada unidade está localizada perto de uma grande cidade. A Prática de Consultoria de Varejo da Sensomatic trabalha com a McArthurGlen desde 2019.

A McArthurGlen conta o tráfego no perímetro das suas unidades, bem como em cada loja individualmente. Isso dá à McArthurGlen uma visão completa e holística do tráfego da unidade.

## O desafio

A McArthurGlen queria comparar seu desempenho com um conjunto único de concorrentes. Como operadora de destinos de outlet, e não de shopping centers "regulares", a McArthurGlen não queria se comparar ao mercado de varejo como um todo. Em vez disso, a McArthurGlen queria focar especificamente em locais que estavam a 90 minutos de carro das suas unidades. Dessa forma, o benchmarking seria mais focado e contextualizado.



## A solução

A Sensormatic já oferece benchmarking por meio de sua plataforma Market Intelligence. Com o acesso da Sensormatic ao maior data lake de varejo do setor, os assinantes podem explorar mais de 800 índices em mais de 30 países e 20 categorias, com novas adições contínuas. A Market Intelligence oferece análise de tendências flexível até granularidade de nível diário; os assinantes podem utilizar períodos de comparação personalizados. Ainda assim, a Market Intelligence não atendeu plenamente às necessidades da McArthurGlen, devido ao seu foco tão específico.

Em vez disso, a McArthurGlen inscreveu-se no Programa Retail Expert da Sensormatic, uma parceria de análise estratégica projetada para iniciar uma melhor tomada de decisão baseada em dados. Esta parceria pode assumir a forma de uma infinidade de projetos diferentes, incluindo Shopper Journey, benchmarking personalizado, análise preditiva, eficácia de mão de obra e muito mais. O envolvimento com a McArthurGlen concentrou-se em benchmarking personalizado, com análises ad hoc para atender às suas necessidades quando necessário.

## Implementação

Trabalhando com a equipe de Análise Avançada, a Prática de Consultoria de Varejo criou e manteve 11 índices diferentes em nível nacional para a McArthurGlen. Esses índices mediram apenas locais que estavam a 90 minutos de carro de um outlet da McArthurGlen. Assim como acontece com os nossos índices de Market Intelligence, os índices personalizados também são validados para garantir a confiabilidade. Isso significa que um índice deve ser representativo da sua região, não deve ser dominado por um único concorrente e deve incluir locais suficientes para garantir a viabilidade.

A equipe de Análise Avançada criou então três relatórios personalizados para fornecer os dados à McArthurGlen de forma contínua. O primeiro foi um relatório em PDF com representações visuais dos dados de cada índice, que é enviado para uma lista de distribuição mais ampla, incluindo o conselho e os gerentes do local. O segundo é um arquivo Excel para uso da equipe analítica da McArthurGlen. Ambos os arquivos são enviados semanalmente e contêm a variação percentual anual e semanal da semana anterior. Por fim, um arquivo Excel adicional é enviado mensalmente.



“ Trabalhar com a Sensormatic nos permitiu contextualizar o nosso desempenho em todos os mercados em que operamos. Como o benchmarking que recebemos é adaptado especificamente aos nossos locais, podemos ter uma melhor compreensão do nosso desempenho em relação aos nossos concorrentes mais próximos. Além disso, os dias de consultoria ad hoc nos permitem solicitar análises em áreas específicas de foco com flexibilidade real, utilizando os amplos conjuntos de dados e a experiência da Sensormatic. ”

**Will Minnett**  
Chefe de Insight  
McArthurGlen Group



# Resultados e benefícios

A inscrição no Programa Retail Expert permitiu que a McArthurGlen se aprofundasse em seus desafios de negócios. Além de comparar o desempenho com o dos seus verdadeiros concorrentes, a empresa também foi capaz de contextualizar o desempenho da sua pegada por país. Isso se mostrou especialmente valioso durante a pandemia de COVID-19, permitindo à McArthurGlen utilizar os índices para avaliar sua recuperação comparativamente ao mercado. Além disso, a McArthurGlen teve a oportunidade de solicitar suporte analítico adicional quando necessário. Criamos relatórios de contexto e tendências de mercado, realizamos pesquisas sobre tendências e estatísticas de vendas nacionais e nos aprofundamos nos índices personalizados para analisar datas específicas (como a Black Friday).

## Quais são os benefícios do Programa Retail Expert?

O Programa Retail Expert beneficia os varejistas de diversas maneiras:

- Melhor utilização dos programas da Sensormatic.
- Esforços concentrados, internos.
- Conhecimento e experiência de uma equipe mais ampla.
- Acesso ao banco de dados de Market Intelligence.
- Abordagem mais ágil para projetos, ROI mais rápido.
- Menos caro e complexo do que a contratação interna.



## O que nossos clientes ganham com o Programa Retail Expert?

- Um consultor comprometido em meio período designado para a conta do cliente.
- Visitas in loco com o cliente.
- Projetos e análises padrão e personalizados determinados em parceria com a liderança do cliente, gerenciados pelo Consultor de Varejo.

## Que tipos de projetos o Programa Retail Expert oferece?

- **Jornada do comprador** – utilização de análise interior para identificar compradores e analisar o seu movimento na loja ou unidade.
- **Benchmarking sob medida** – análise o desempenho do tráfego individual de lojas ou unidades em relação aos conjuntos de concorrentes personalizados e anônimos. Os clientes não precisam ser clientes de tráfego existentes da Sensormatic.
- **Análise preditiva** – repositório de 50 bilhões de passos utilizado por cientistas de dados para prever o tráfego de lojas individuais.
- **Avaliação da eficácia do trabalho** – previsões de tráfego e expectativas de serviço da marca para uma alocação lucrativa de mão de obra em todo o local.
- **Eficácia da promoção** – meça o ROI de marketing comparando o tráfego do site com conjuntos de concorrentes personalizados e anônimos.
- **Análises da segmentação** – use dados de tráfego combinados com dados demográficos para agrupar lojas com seus verdadeiros pares.



