



C A S E S T U D Y

Sensormatic

by Johnson Controls

Kusmi Tea confía en ShopperTrak Analytics de Sensormatic Solutions para impulsar el rendimiento de sus tiendas y obtener una comprensión más profunda del comportamiento de los clientes.

Resumen

- **Sector:** Retail de bebidas premium, ofreciendo experiencias de té sofisticadas en el punto donde se encuentran la tradición y el lujo contemporáneo.
- **Solución:** Activación en tienda basada en insights de afluencia y optimización de tasas de conversión.

Acerca de Kusmi Tea

Kusmi Tea es una icónica marca francesa de **té premium** con raíces en 1867, nacida en San Petersburgo y trasladada a París tras la Revolución Rusa de 1917. Reconocida por sus mezclas sofisticadas, su identidad visual única y su cuidada experiencia de cliente, la marca combina boutiques elegantes, presencia en grandes almacenes y un e-commerce dinámico.

Como parte del grupo Orientis Gourmet, Kusmi Tea opera **85 boutiques en Francia** y está presente en **35 países**. Sus tés, elaborados en Normandía, destacan por sus característicos envases coloridos. Fiel a su compromiso medioambiental, la marca es 100 % ecológica, trabaja activamente para reducir el uso de plástico y prioriza materiales reciclables.



El reto

Reconocida por la calidad de sus productos y su posicionamiento premium, Kusmi Tea buscaba fortalecer la gestión de su red minorista mediante datos cualitativos, fiables y directamente accionables. El objetivo: comparar el rendimiento entre tiendas, cuestionar los resultados y apoyar la toma de decisiones basada en insights.

En 2015, la marca puso en marcha su primer proyecto con **ShopperTrak Analytics** de Sensormatic Solutions, instalando sensores de conteo en tienda para medir el atractivo de cada punto de venta y analizar las tasas de conversión. Los datos generados se integraron en el entorno interno de Power BI de Kusmi Tea, permitiendo obtener visibilidad estructurada a nivel corporativo.

Aunque estos primeros análisis aportaron valor, también dejaron al descubierto una limitación clave: los gerentes de tienda solo podían consultar los datos al día siguiente a través del Power BI. Esto dificultaba su participación activa en la gestión del rendimiento diario y reducía la capacidad de reaccionar con rapidez ante oportunidades o desviaciones.

Por ello, el siguiente paso consistió en enriquecer el análisis con KPI más precisos y accesibles en tiempo real, creando un marco de **decisión más ágil** y contribuyendo a una **cultura de mejora** continua directamente en el punto de venta.

La solución y su implementación

Para optimizar el rendimiento de su red minorista, **Kusmi Tea** implementó a finales de 2021 la aplicación **ShopperTrak Analytics (STan)**. Esta avanzada herramienta de análisis integra, consolida y enriquece datos procedentes de múltiples fuentes, proporcionando una plataforma centralizada que facilita la obtención de información accionable.

Este proyecto se apoya en una infraestructura tecnológica establecida en 2015, cuando se instaló una red de sensores 3D para el recuento de tráfico en **85 tiendas de Europa**, principalmente en Francia, Bélgica y Luxemburgo.

Con una **fiabilidad superior al 97 %**, estos sensores ofrecen datos precisos y coherentes en intervalos de 15 minutos. La implementación cubrió toda la red — incluyendo tiendas propias y afiliadas— y garantizó así una base de datos homogénea, escalable y alineada con las necesidades de todos los niveles del negocio.

Desde la pandemia de Covid, la **plataforma STan** ha transformado significativamente el uso y la explotación de los datos en Kusmi Tea. El interés por la analítica creció de forma notable, tanto entre los gerentes de tienda como en la sede central, impulsando una cultura más sólida de toma de decisiones basada en datos.

La supervisión en tiempo real ha permitido **establecer objetivos diarios y semanales** para cada tienda, fundamentados directamente en los indicadores proporcionados por la aplicación. Gracias a ello, los gerentes de tienda disponen ahora de una visión nítida y actualizada de su rendimiento individual, mientras que los gerentes regionales acceden a una perspectiva consolidada de sus respectivos territorios. Esta visibilidad también se extiende a nivel nacional, proporcionando una comprensión homogénea del desempeño global de la red.



Para enriquecer el análisis de datos, **Kusmi Tea** introdujo una clasificación de sus puntos de venta según su tipología: tiendas ubicadas en **centros comerciales, estaciones de tren o centros urbanos**. Esta segmentación permite interpretar los resultados teniendo en cuenta las dinámicas propias de cada entorno. Por ejemplo, una tienda en el centro de la ciudad puede registrar una afluencia más densa pero menos cualificada que la de una tienda situada en una estación, donde la conversión suele ser más elevada debido al perfil del visitante.

La puesta en marcha de este enfoque estuvo respaldada por un **equipo multidisciplinar dedicado**, encargado de proporcionar acompañamiento personalizado. Este equipo incluía un representante de ventas, un Customer Success Manager (CSM), un gestor de proyectos y un especialista en soporte técnico. Gracias a esta estructura, el proyecto se beneficia de un seguimiento cercano, ágil y orientado a resultados.

Mientras que otras soluciones del mercado requieren configuraciones o calibraciones específicas en cada tienda, **ShopperTrak Analytics** destaca por su capacidad para adaptarse de forma homogénea a toda la red. Gracias a sus sensores inteligentes, una metodología sólidamente probada y un proceso de implementación estructurado, la solución puede desplegarse de manera **rápida, coherente y fiable**, tanto para una sola tienda como para cincuenta, garantizando una experiencia uniforme y escalable.



“La plataforma se ha convertido en un auténtico pilar de las operaciones diarias de los equipos, al permitir un seguimiento mucho más preciso y fiable de los datos. Estamos observando un compromiso creciente por parte de las tiendas y un nivel de motivación claramente superior. Hoy, la confianza en los datos está plenamente consolidada.”



Bruno Contrepoids | Director de Información de Kusmi Tea

Resultados y beneficios

El Customer Success Manager (CSM)

desempeña un papel esencial en el acompañamiento de los equipos de Kusmi Tea. Es responsable de impartir formación sobre el uso de la plataforma STan, además de asegurar un seguimiento continuo en el tiempo. Su misión consiste en integrar plenamente la herramienta en las rutinas operativas, fomentar un uso óptimo de los datos y adaptar la aplicación a las necesidades cambiantes del negocio.

Gracias a STan, Kusmi Tea puede supervisar sus **indicadores clave de rendimiento (KPI)** con datos actualizados cada 15 minutos. Las cifras de afluencia se combinan con los tickets de caja y el volumen de negocio, lo que permite calcular tasas de conversión y medir con precisión cómo influye el tráfico en las ventas. Este análisis cruzado proporciona una visión granular del rendimiento de cada tienda, facilitando la toma de decisiones tanto a nivel local como en la sede central.



Acceso a datos en tiempo real

Una de las principales fortalezas de STan es la accesibilidad inmediata de los datos, actualizados cada 15 minutos y disponibles tanto para los equipos de tienda como para la sede central. Esta transparencia impulsa una gestión más ágil, permite un seguimiento preciso y dinámico de los KPI —como la tasa de conversión o la afluencia de clientes— y facilita la realización de ajustes operativos rápidos en función de la evolución de la actividad sobre el terreno.



Análisis por hora: la «hora clave»

La plataforma también ofrece un análisis detallado hora por hora de la afluencia de clientes, lo que permite identificar con precisión los periodos de mayor tráfico. Estos conocimientos han contribuido directamente a:

- Optimizar la planificación del personal, ajustándola a los momentos de mayor demanda.
- Adaptar los horarios de apertura para maximizar la eficacia comercial y alinearlos con los patrones reales de afluencia.
- Mejorar la asignación de tareas en tienda (caja, atención al cliente, reposición, etc.), garantizando una mejor organización operativa.

Impacto general en el rendimiento

Gracias a la plataforma STan, Kusmi Tea cuenta ahora con una herramienta sumamente eficaz para comprender el comportamiento de sus clientes, optimizar la gestión de los recursos humanos y enriquecer la experiencia en tienda. La medición y el análisis de datos en tiempo real, combinados con una segmentación precisa y un seguimiento riguroso de los KPI, han impulsado una mejora significativa del rendimiento comercial en toda Europa. Esta visión global y estructurada permite tomar decisiones más informadas, adaptar rápidamente las operaciones y reforzar la competitividad de la marca en un entorno cada vez más dinámico.

Ahora que disponen de datos fiables y contextualizados, los equipos pueden tomar decisiones más informadas y plenamente alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa. Estos objetivos se establecen a partir de análisis concretos, respaldados por el liderazgo y reforzados mediante iniciativas específicas que fortalecen el compromiso operativo sobre el terreno.

Nuestra plataforma de análisis, STan, se ha consolidado como una auténtica palanca estratégica, tanto por el ahorro de tiempo que aporta como por su contribución directa a una gestión más eficiente y orientada a resultados.

Impulsada por este nuevo nivel de madurez analítica, Kusmi Tea busca ahora profundizar aún más en el conocimiento del comportamiento de sus clientes.

Para ello, la marca está explorando nuevas capacidades basadas en inteligencia artificial dentro de ShopperTrak Analytics, incluyendo:

- Reconocimiento de visitantes únicos (Re-ID),
- Análisis avanzado del tiempo de permanencia,
- Segmentación sociodemográfica enriquecida.

Estas innovaciones permitirán comprender mejor las dinámicas de tráfico, anticipar necesidades, personalizar estrategias y seguir evolucionando hacia una gestión de tienda cada vez más inteligente y basada en datos.



Fundada en
1966

+185 000
tiendas equipadas

+85
países

Acerca de Johnson Controls:

Johnson Controls, líder tecnológico mundial en eficiencia energética, descarbonización, gestión térmica y rendimiento de misión crítica, ayuda a sus clientes a utilizar la energía de forma más productiva, reducir las emisiones de carbono y operar con la precisión y la resiliencia necesarias en sectores en rápida expansión como los centros de datos, la atención sanitaria, la industria farmacéutica, la fabricación avanzada y la educación superior.

Durante más de 140 años, Johnson Controls ha proporcionado valor donde realmente importa. Apoyándose en tecnología avanzada, servicios de ciclo de vida y una organización global con alcance local líder en la industria, elevamos el rendimiento del cliente, convertimos los objetivos en resultados reales y contribuimos al progreso de la sociedad.

Visite www.johnsoncontrols.es para obtener más información y síguenos en redes sociales como [@johnsoncontrols](https://twitter.com/johnsoncontrols).

Acerca de Sensormatic Solutions:

Sensormatic Solutions, el principal portafolio global de soluciones retail de Johnson Controls, permite experiencias de compra seguras, protegidas y ágiles. Desde hace más de 60 años, la marca está a la vanguardia de los avances tecnológicos en la industria, redefiniendo las operaciones minoristas a nivel global y transformando información en acciones. Sensormatic Solutions ofrece un ecosistema conectado de soluciones para la prevención de pérdidas, la gestión inteligente de inventarios y el análisis de la afluencia de visitantes. Con nuestros servicios y socios, permitimos que los minoristas de todo el mundo actúen de manera innovadora y precisa, logrando resultados basados en datos que dan forma al futuro del comercio minorista.

Para más información, visite [Sensormatic Solutions](https://sensormatic.com) o siganos en [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/sensormatic), [X](https://twitter.com/sensormatic) y [YouTube](https://www.youtube.com/channel/UCv8v8v8v8v8v8v8v8v8v8v8).

