

Caso di Studio

MCARTHURGLEN

DESIGNER OUTLETS



McArthurGlen, leader europeo dei designer outlet, ha stretto una partnership con Sensormatic Solutions per migliorare le sue operazioni retail attraverso il Retail Expert Program.

Riepilogo

Chi è McArthurGlen?

McArthurGlen è il principale operatore europeo di outlet di design, con 24 centri in 8 paesi in Europa e Canada. Con l'offerta di un'ampia gamma di brand di lusso, design e premium, ogni centro è situato vicino a una grande città. La Retail Consulting Practice di Sensormatic collabora con McArthurGlen dal 2019.

McArthurGlen conta il traffico al perimetro dei suoi centri e in ogni singola unità commerciale. In questo modo ha una visione completa e olistica dell'affluenza nei suoi centri outlet.

La sfida

McArthurGlen desiderava confrontare le proprie prestazioni con un gruppo unico di competitor. In quanto operatore di destinazioni outlet, non voleva confrontarsi con l'intero mercato retail. Preferiva invece concentrarsi su siti situati entro un raggio di 90 minuti di auto dai propri centri, rendendo il benchmarking più mirato e contestualizzato.



La soluzione

Sensormatic offre già benchmarking attraverso la sua piattaforma Market Intelligence.

Grazie all'accesso al più grande archivio di dati retail del settore, gli abbonati possono consultare oltre 800 indici in più di 30 paesi e oltre 20 categorie, con nuovi indici che vengono aggiunti continuamente. Market Intelligence offre analisi delle tendenze flessibili, con un livello di dettaglio fino a cadenza giornaliera, consentendo agli abbonati di utilizzare periodi di confronto personalizzati. Tuttavia, Market Intelligence non soddisfaceva completamente le esigenze di McArthurGlen, a causa della natura estremamente specifica del loro focus.

Di conseguenza, McArthurGlen ha aderito al Retail Expert Program di Sensormatic, una partnership strategica di analisi progettata per favorire decisioni migliori basate sui dati. Questa collaborazione può assumere diverse forme, tra cui l'analisi del percorso del cliente (Shopper Journey), benchmarking personalizzato, analisi predittive, efficacia del personale e altro ancora.

La collaborazione con McArthurGlen si è concentrata sul benchmarking personalizzato, con analisi ad hoc create per rispondere alle loro necessità specifiche.

Implementazione

In collaborazione con il team di Advanced Analytics, il Retail Consulting Practice ha creato e gestito 11 diversi indici a livello nazionale per McArthurGlen. Questi indici misurano solo i siti che si trovano entro 90 minuti di auto da un punto vendita McArthurGlen. Come per gli indici di Market Intelligence, anche gli indici personalizzati vengono convalidati per garantirne la solidità. Ciò significa che un indice deve essere rappresentativo della sua area geografica, non deve essere sovrarappresentato da un singolo concorrente e deve contenere un numero sufficiente di siti per rendere l'indice valido.

Il team Advanced Analytics ha quindi creato tre report personalizzati per fornire i dati a McArthurGlen su base continuativa. Il primo è un report in formato PDF con rappresentazioni visive dei dati per ciascun indice, che viene inviato a una lista di distribuzione più ampia, che comprende il consiglio di amministrazione e i responsabili del sito. Il secondo è un file Excel ad uso del team analitico di McArthurGlen. Entrambi i file vengono inviati settimanalmente e contengono le variazioni percentuali anno su anno e settimana su settimana della settimana precedente. Infine, un ulteriore file Excel viene inviato su base mensile.



“ La collaborazione con Sensormatic ci ha permesso di contestualizzare le nostre prestazioni di footfall in tutti i mercati in cui operiamo. Poiché il benchmarking che riceviamo è adattato specificamente alle nostre sedi, questo ci permette di comprendere meglio il nostro rendimento rispetto ai nostri concorrenti più vicini. Inoltre, le giornate di consulenza ad hoc ci hanno permesso di richiedere analisi su aree specifiche di interesse con una reale flessibilità, utilizzando gli ampi set di dati e le competenze di Sensormatic. ”

Will Minnett
Responsabile Insight
Gruppo McArthurGlen



Risultati e benefici

L'adesione al Retail Expert Program ha permesso a McArthurGlen di fare un'analisi approfondita delle proprie sfide aziendali. Oltre a confrontare le sue prestazioni con quelle dei suoi veri concorrenti, è stata in grado di contestualizzare le sue performance di footfall per paese. Ciò si è rivelato particolarmente prezioso durante la pandemia COVID-19, quando McArthurGlen ha potuto utilizzare gli indici per misurare la propria ripresa rispetto al mercato. Inoltre, ha dato a McArthurGlen l'opportunità di richiedere un ulteriore supporto analitico quando necessario. Abbiamo creato report sul contesto e sulle tendenze del mercato, intrapreso ricerche sulle tendenze e sulle statistiche delle vendite a livello nazionale, oltre a fare un'analisi approfondita degli indici su misura per analizzare date specifiche (come il Black Friday).

Quali sono i vantaggi del servizio Retail Expert Program?

Il Retail Expert Program offre ai retailer una moltitudine di vantaggi:

- Migliore utilizzo dei programmi Sensormatic.
- Sforzi focalizzati, dall'interno.
- Competenza ed esperienza di un team più ampio.
- Accesso al database di Market Intelligence.
- Approccio più agile ai progetti, ROI più veloce.
- Meno costoso e complesso rispetto all'assunzione interna.



Cosa ottengono i nostri clienti dal servizio Retail Expert Program?

- Un consulente part-time dedicato assegnato all'account del cliente.
- Visite in loco con il cliente.
- Progetti e analisi standard e personalizzati determinati in collaborazione con la leadership del cliente e gestiti dal consulente retail.

Quali tipi di progetti offre il Retail Expert Program?

- **Shopper journey** – utilizzo di analisi interne per identificare i clienti e analizzare i loro movimenti all'interno del negozio o centro.
- **Benchmarking personalizzato** – analisi delle performance del traffico di negozi o centri individuali rispetto a set di concorrenti personalizzati e anonimizzati. I clienti non devono necessariamente essere utenti del traffico Sensormatic esistenti.
- **Analisi predittive** – utilizzo di un archivio di 50 miliardi di passi da parte di data scientist per prevedere il traffico nei singoli negozi.
- **Valutazione dell'efficacia del personale** – previsioni di traffico e aspettative di servizio del brand per un'allocatione redditizia della forza lavoro a livello del sito.
- **Efficacia della promozione** – misurare il ROI del marketing confrontando il traffico del sito con set di concorrenti personalizzati e anonimizzati.
- **Analisi di segmentazione** – utilizzare i dati di traffico combinati con i dati demografici per raggruppare i negozi con i loro veri simili.



