



Perfil

A Thomas Sabo é uma marca inovadora e mundialmente reconhecida, com sede em Lauf an der Pegnitz, no sul da Alemanha. A empresa, fundada por Thomas Sabo em 1984, emprega mais de 380 pessoas na Alemanha e tem cerca de 1.300 colaboradores a nível internacional. É uma das empresas líder no mercado das joias, relógios e beleza, estando presente em 66 países, distribuídos pelos 5 continentes. A Thomas Sabo pode ser encontrada nas maiores cidades do mundo, incluindo Berlim, Estocolmo, Paris, Londres, Los Angeles, Toronto, Hong-Kong e Sydney.

Situação Empresarial

A Thomas Sabo foi das primeiras empresas a adotar a analítica de tráfego e já tinha utilizado um sistema de contagem num reduzido número de lojas. O desafio que a empresa decidiu enfrentar estava relacionado com a ligação dos dados das lojas a nível global. Esta tarefa tornou-se uma prioridade para a administração. Em vez de confiar somente nos dados das vendas, o CEO da Thomas Sabo liderou a iniciativa que tinha como objetivo encontrar uma solução que desse à equipa de gestores uma panorâmica detalhada do desempenho de toda a rede. Teria de ter em consideração a taxa de conversão e a análise operacional, bem como a eficácia do marketing e o relacionamento com os clientes.

A equipa de gestores também reconheceu o potencial da analítica de tráfego para obter informações relevantes a nível da mão de obra e da formação.

Uma vez que a solução existente na empresa em termos globais, não permitia este nível de análise, foi tomada a decisão de investir num novo parceiro.

“Precisávamos de uma solução que nos desse uma visão global do nosso desempenho, permitindo-nos identificar padrões na rede de lojas e identificar áreas para implementar melhorias operacionais, tanto a nível das equipas, como do marketing, vendas, formação e serviço ao cliente.”

– Ivar Campbell Cole, Diretor de Projeto e Operações, Thomas Sabo

Solução

A Thomas Sabo selecionou a solução de analítica e contagem de tráfego da ShopperTrak, implementando-a em 86 lojas, distribuídas por 13 países e que disponibiliza informação diária sobre o seu desempenho.

A ShopperTrak foi escolhida pelo seu alcance global e pela facilidade com que converte as diversas moedas >>>

Estudo de caso / Thomas Sabo

em Euros, para posterior análise na sede da Thomas Sabo, na Alemanha.

A solução foi implementada na rede após um piloto com 10 lojas. A ShopperTrak e a Thomas Sabo reuniram com os gestores dessas lojas, durante o piloto, para otimizar a integração e afinar todos os detalhes antes do sistema entrar em produção.

Desafios

Um dos fatores chave na decisão, foi a facilidade de utilização. A ShopperTrak destacou-se, não só pelas suas funcionalidades e precisão, mas também por possuir a interface mais amigável. Um elemento crucial para o seu sucesso era que cada gestor pudesse compreender o valor do sistema, pelo que era essencial que este fosse intuitivo e que os estes o pudessem usar com eficácia.

Outro desafio consistia na conversão entre diversas moedas. A equipa de gestores pretendia ter visibilidade sobre o desempenho da rede de lojas, mas analisar os números centralmente e em Euros. A ShopperTrak trabalhou com a Thomas Sabo para desenvolver um sistema que permitia à empresa recolher os dados diretamente em cada loja, converter os valores para Euros e disponibilizar a informação num formato de fácil interpretação, com comparativos diretos entre as diversas lojas.

Resultados

A solução está a fazer uma diferença significativa no desempenho individual de cada loja. Historicamente, as escalas de pessoal eram feitas com base em suposições e palpites dos gestores, mas não refletiam com precisão as horas de pico.

A ferramenta de horas de pico da ShopperTrak apresenta à Thomas Sabo informação precisa sobre os períodos em que ocorrem picos de vendas durante a semana. Isto é crucial para garantir que os gestores de loja estão preparados e devidamente apoiados pela equipa. A informação de tráfego é utilizada como um barómetro para ajudar a determinar os níveis de mão de obra e para os gestores se certificarem que os colaboradores adequados, estão na loja, nos momentos certos. Isto tem impacto nas oportunidades potenciais de vendas e permite oferecer aos consumidores uma melhor experiência.

A Thomas Sabo tem planos para estender a solução a toda a sua rede de franquias.

As taxas de conversão e as transações médias são atualmente analisadas através do sistema e a empresa quer agora trabalhar com a ShopperTrak para integrar a informação sobre as compras efetuadas por consumidor – transformando a solução num ponto único para a obtenção de análises e relatórios, por loja.

“A diferença entre a perceção dos picos de vendas e a realidade, surpreendeu com frequência os nossos gestores de loja, que agiam com base na sua intuição em vez de dados comprovados. A informação disponibilizada pela ShopperTrak permitiu-lhes gerir as suas lojas de forma mais eficiente, revelando ser uma ferramenta estratégica e operacional muito poderosa”.

– Ivar Campbell Cole, Gestor de Projetos e Operações, Thomas Sabo