



观远数据
GUANDATA.COM

数据驱动智慧零售精细化运营 方法和实践

周道明

2020年6月

一、数据驱动运营难点及解析

二、零售企业数据指标体系搭建建议

三、人货场核心赋能场景介绍

500强及本土新锐品牌的共同选择

快消



ABInBev



L'ORÉAL PARIS
巴黎欧莱雅



班布
BABO

商业地产



Tahoe 泰禾

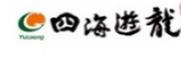
连锁零售



新华书店



餐饮茶饮



时尚鞋服



ochirly



JNBY FIGINI



电商及其他



01数据



- 数据口径不统一
- 数据定义不清晰
- 数据对不上
- 数据被业务模块割裂
- 当前的数据业务价值低下

02工具



- 传统excel和erp报表查询效率低下
- 业务部门无法敏捷自主式分析
- 传统报表属于站桩式看数据，无法挖掘
- 无法融合多数据源
- 数据呈报及时性不够，无法做到实时预警
- 无法模型化沉淀最佳业务实践分析场景

03组织



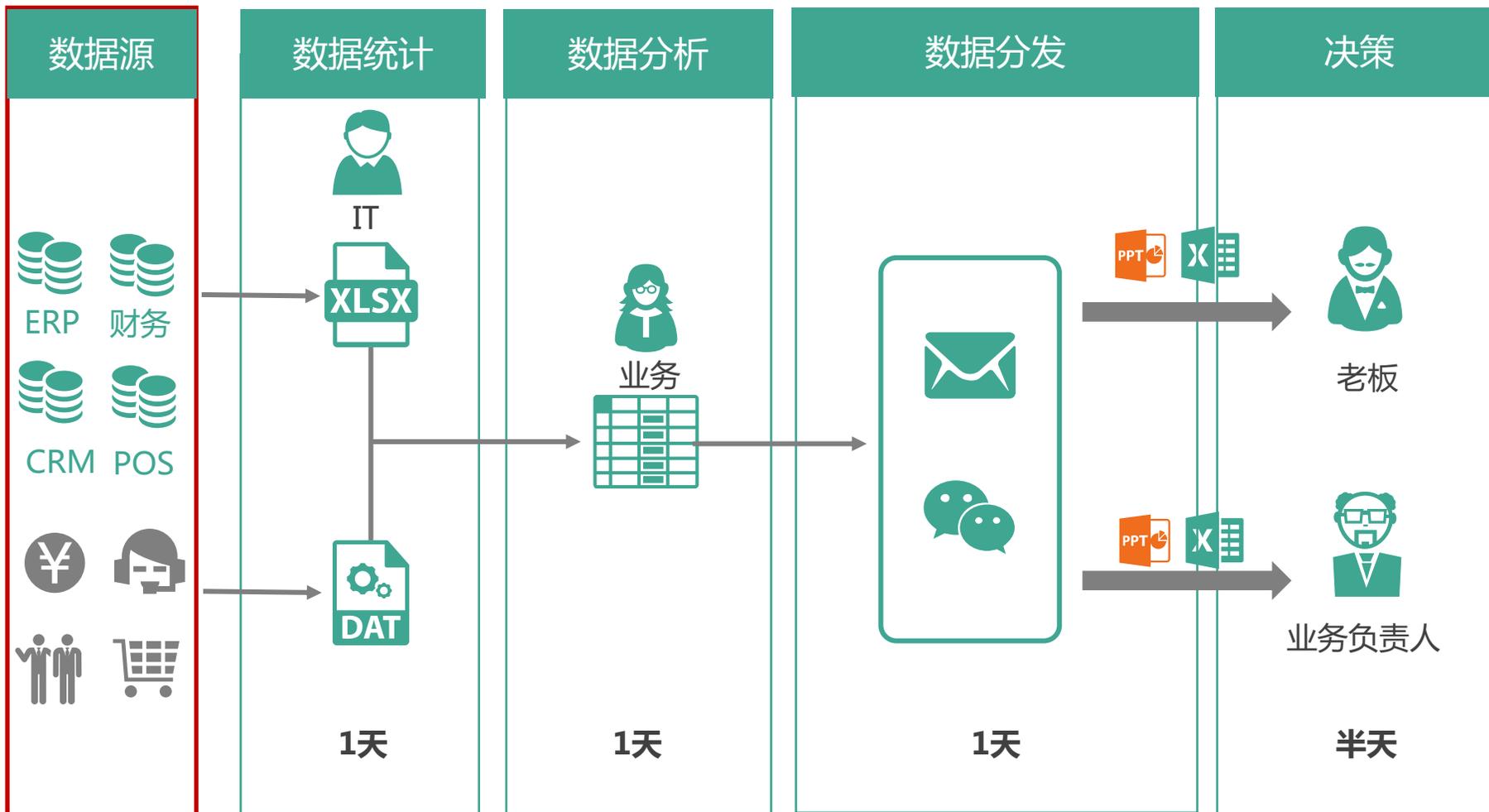
- 每个岗位都想得到数据的支持
- 人员数据思维能力参差不齐
- 数据视角不一致
- 对于本岗位核心业务指标理解不清晰
- 数据决策的意识不够，习惯于经验决策

04方法



- 缺乏有效的指标体系构建方法论
- 数据平台只是实现了手工及ERP报表的可视化
- 现有报表模型不够全面化、结构化、体系化
- 缺乏战略指标、战术指标、战斗指标的严格区分
- 数据分析模型无法紧密结合业务痛点与需求

工具：工具落后，查询效率、个性化分析需求难满足



效率现状：

一名报表人员：

每月仅在数据处理、制表上面要花费3天，
每年在数据处理上要“浪费”约1000小时

一名业务人员：

每月在进销存数据汇总和分析上面要花费4-6天，
每年在数据处理上要“浪费”1200个小时

一名财务人员：

每月耗费在集团数据采集和填报上2-3天，
每年在财务数据处理及分析上要耗费1500小时

缺少一站式数据处理、整合、分析平台，数据应用链条效率低下。

传统零售数据驱动运营的目标

数据驱动



店效



坪效



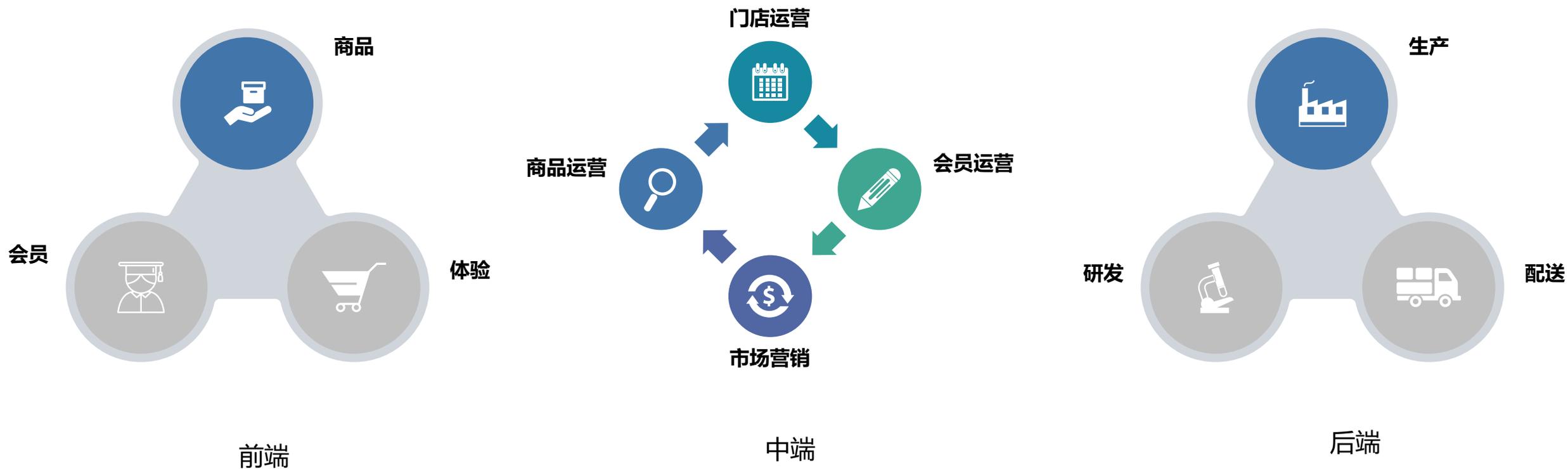
品效



客效



时效/人效

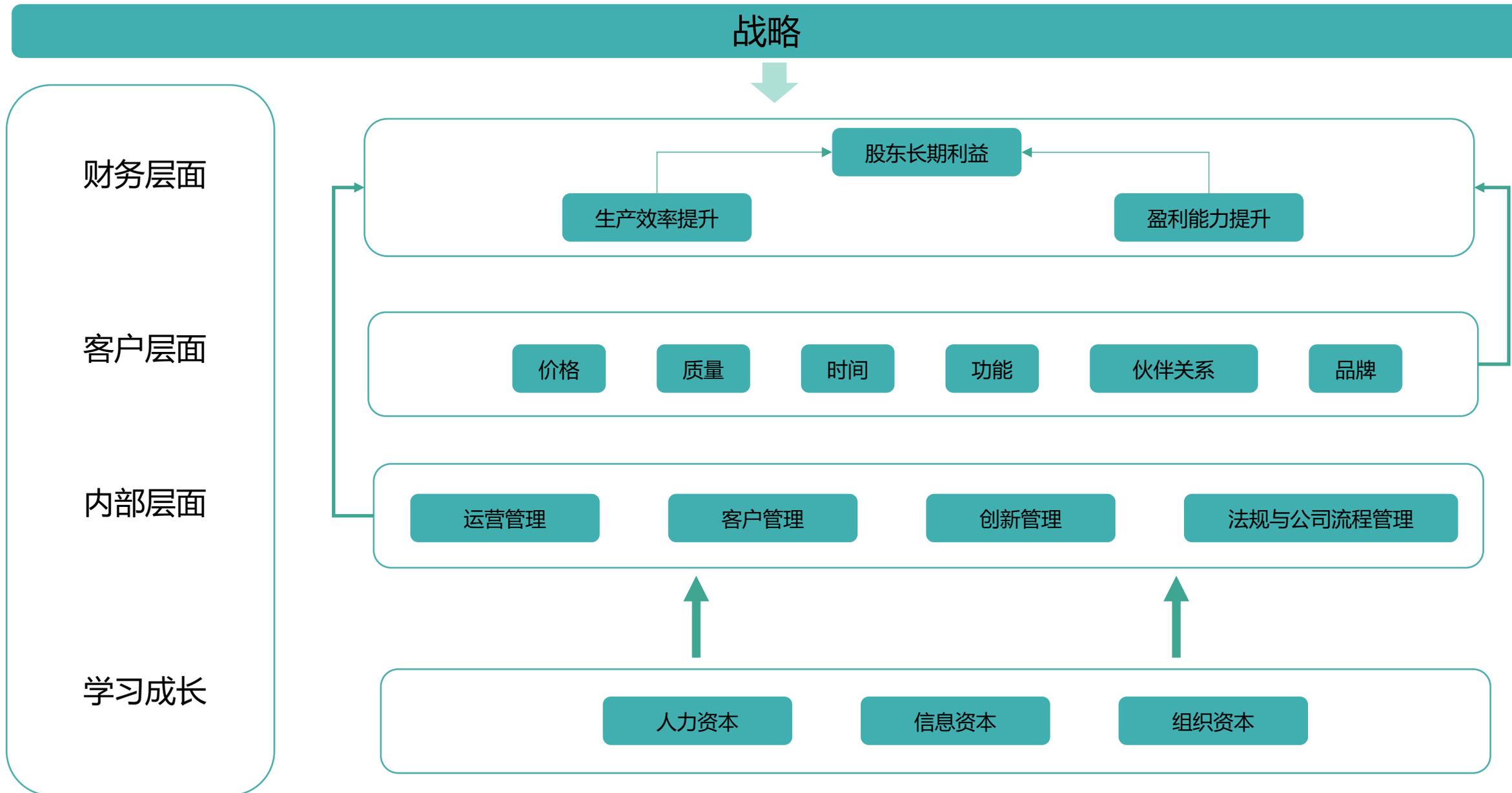


一、数据驱动运营难点及解析

二、零售企业数据指标体系搭建建议

三、人货场核心赋能场景介绍

平衡计分卡：企业战略向组织整体渗透的工具



零售企业KPI示例（总部指标）

财务层面

销售收入

毛利

存货周转天数

总费用

客户层面

客户满意度

客户忠诚度

客户投诉率

客户保持率

客户流失率

内部层面

存货周转率

缺货率

动销率

订销比

配送达成率

交叉比率

售罄率

学习与成长层面

员工整编率

员工流动率

员工满意度

数据驱动运营业务数据指标推解示例

1

• 营运管理部

- 客户数
- 客单价
- QSC
- 产品投诉率

2

• 产品研发部

- 客单价
- 推新率
- 产品投诉率

3

• 采购供应链

- 食材合格率

4

• 品牌营销部

- 客户数
- 推新率

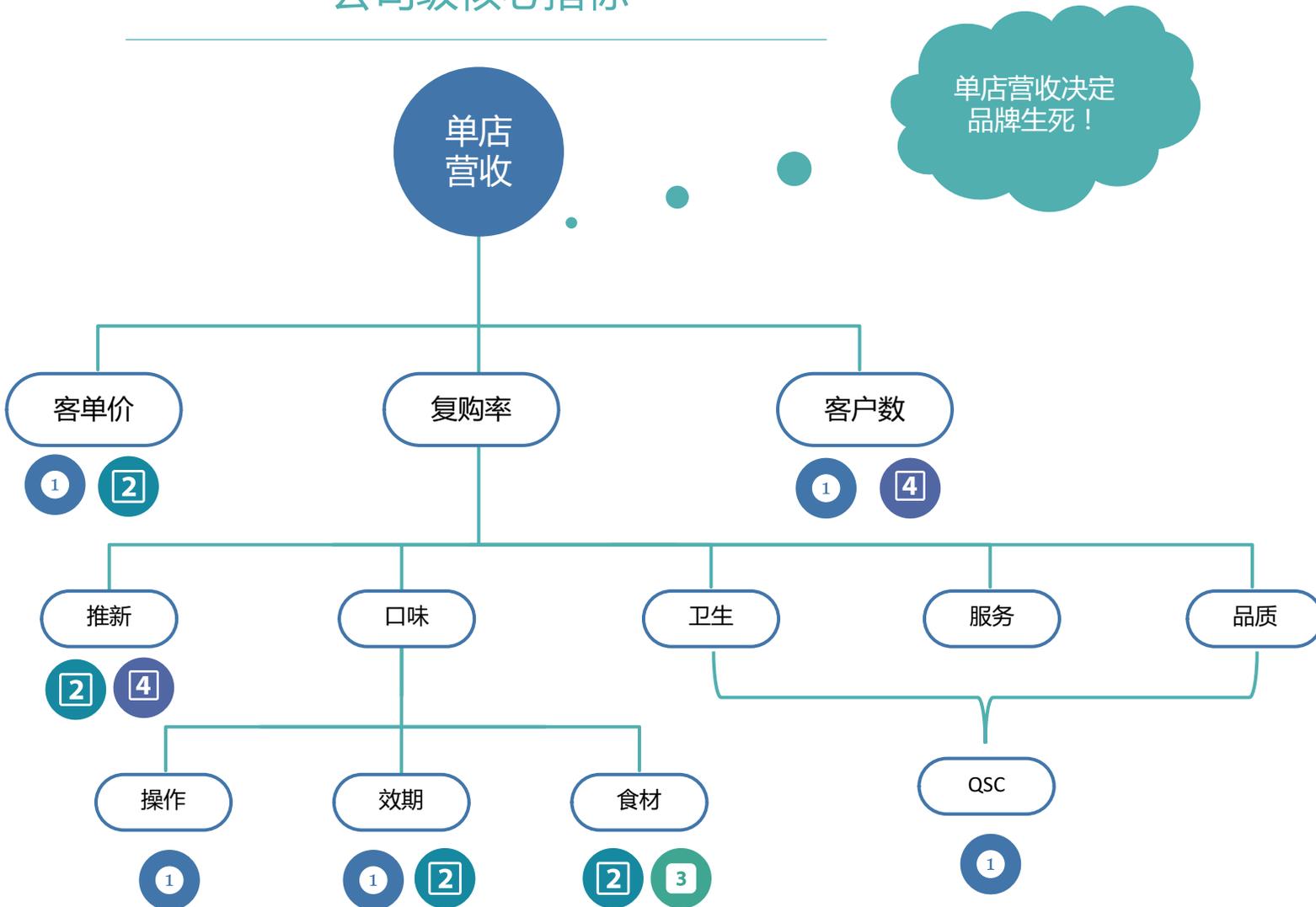
5

• 财务管理部

6
JUNE

• 人力资源部

公司级核心指标



零售企业KPI示例（部门指标）

1

战略规划

销售达成率 会员贡献率
利润达成率 存货周转率
回款达成率

2

产品研发

单品达成率 新品占比
开发完成率
商品折扣率

3

采购生产

质量合格率 准时交货率
订单满足率
订单执行率

4

商品运营

售罄率 缺货率
折扣率 存货周转率
动销率

5

门店运营

销售达成率 连带率
客单价 坪效
来客数 人效

6

门店拓展

新开店完成率 新店客流量
新开店转化率
新店盈利周期

7

顾客关系

会员贡献率 唤醒率
会员复购率 会员客单价
流失率

8

市场营销

会员参与率 拉新增长率
活动参活率
活动费销比

一、数据驱动运营难点及解析

二、零售企业数据指标体系搭建建议

三、人货场核心赋能场景介绍

零售营运-场景一：全渠道营运监控分析-场景示意

场景架构



P1:整体大盘

P2:线上

天猫
京东
小程序
...

P3:线下

自营、加盟

P4:区域

P5:门店

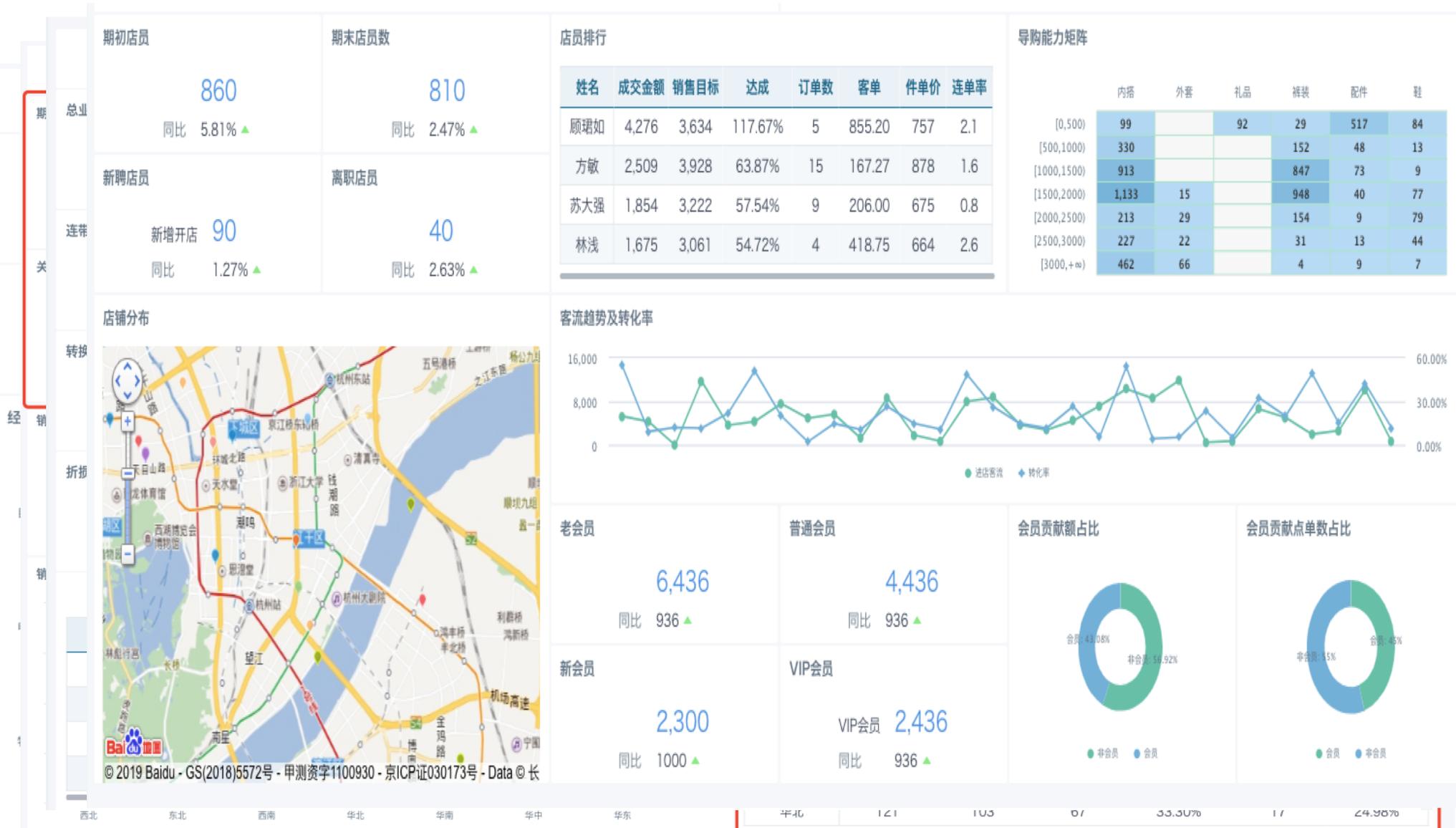
指标扩展

- 销售达成率
- 特卖/新店目标达成率
- 同店同比/环比
- 进店人数
- 成交率
- 客单价
- 连带率
- 折扣率
- ...

维度

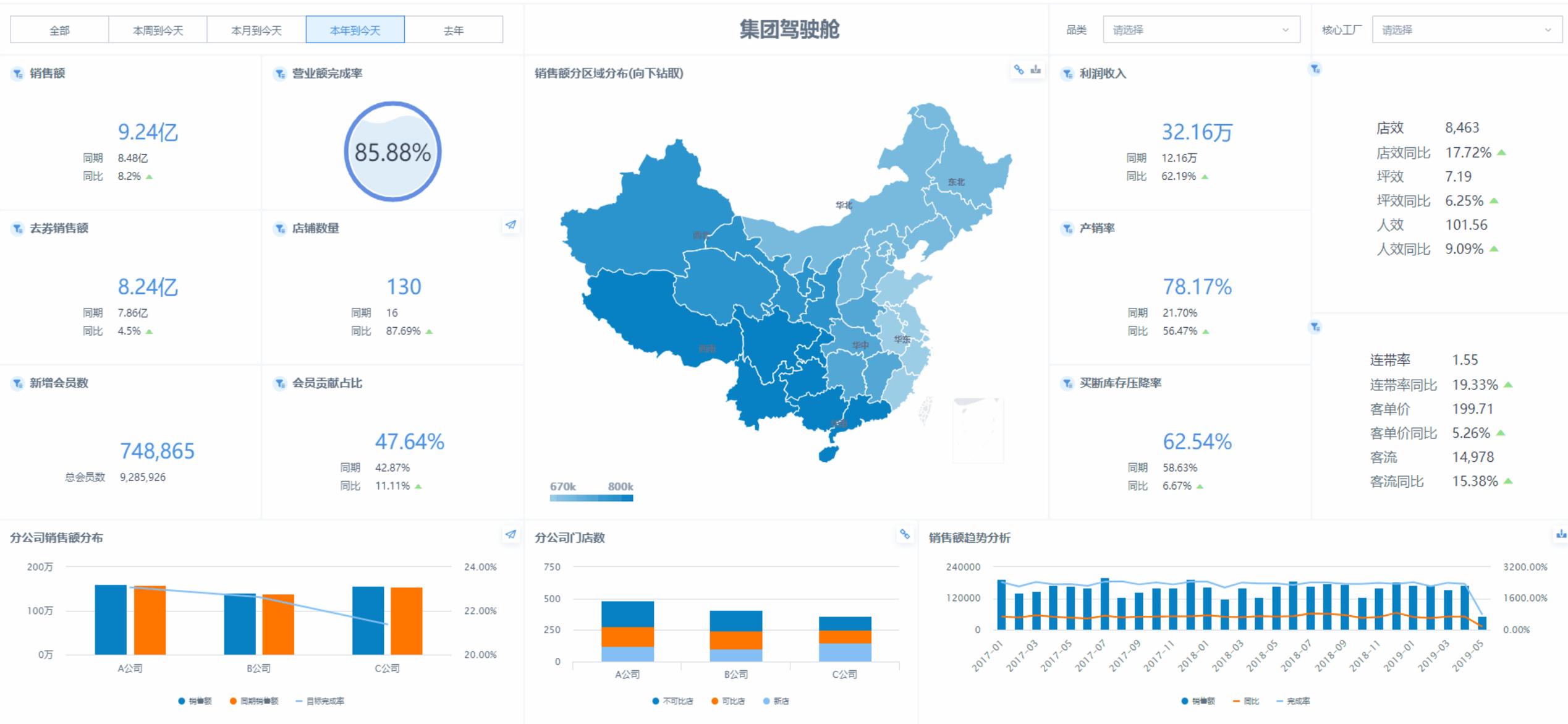
门店
单品

品类
日/周/月



西北 东北 西南 华北 华南 华中 华东 华北 121 103 07 33.30% 17 24.96%

零售营运-场景二：线下营运监控-动态效果



零售营运-场景三：线上营运监控-场景示意

一体化的数据接入方案

天猫

淘宝

京东

抖音

微商城

.....

标准API

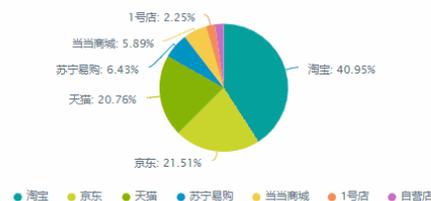
Workbench

Excel

RPA
机器人

多平台融合

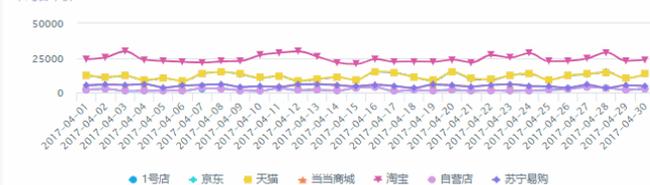
各渠道销售占比



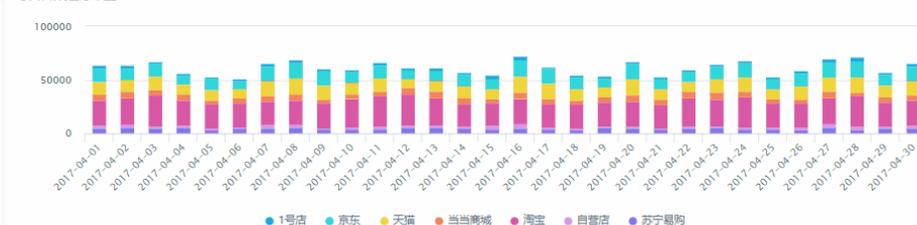
各渠道周平均客单价

398.84

平均客单价



每日各渠道订单量



各渠道转化率对比



平台周访问情况表

日期(周)	累计总访客						
	1号店	京东	天猫	当当商城	淘宝	自营店	苏宁易购
2017年第17周	17493	86038	86649	31514	173431	17311	30853
2017年第16周	9961	80067	81157	35207	164349	9862	33907
2017年第15周	15793	75401	76237	36134	177323	15895	35142
2017年第14周	11936	81057	81997	35497	165009	11985	34960
2017年第13周	4719	23176	23588	11199	49544	4791	10684

日/月/年

PV/UV

销售额

订单量

客单价

转化率

折扣率

达成率

年同比

核心场景分享：大促实时达成看板，事后复盘故事线

实时掌握销售动态

爆款商品随时发觉

及时调整促销策略

大促目标达成验证

明细筛查恶意竞争



单店模型：探索盈利因子，寻找增长机会





经营概览包含实时数据、日报、周报、月报四部分

实时

- 门店实时排名/排名差距
- 实时销售额/会员销售额
- 客单价/会员可单价
- 主推商品销售明细
- 同环比/预算比

日报

- 昨日销售完成度
- 昨日排名/排名变化
- 昨日销售额/会员销售额
- 客单价/会员客单价
- 新增会员
- 主推商品销售明细
- 客流&销售变化趋势
- 时段销售分布

周报

- 本周销售完成度
- 本周排名/排名变化
- 销售额/会员销售
- 客单价/会员客单价
- 新增会员
- 主推商品销售明细
- 销售走势

月报

- 本月销售完成度
- 本月排名/排名变化
- 销售额/同环比/达成率
- 会员销售/占比
- 客单价/同环比
- 会员客单价
- 新增会员
- 主推商品销售明细
- 销售额走势

私域流量：全渠道运营





主抓业绩达成

店长/导购/员工对于当日的数据主要关注在业绩达成方面

- 整体达成情况，实时掌握当前表现；
- 根据目标/历史同比/同类型店铺的对比，判断当前表现是否理想；
- 查看微商城更多关键数据指标；

具体执行

1. 建议大家每天14点，17点和20点查看业绩达成情况，方便及时调整当天营业策略
2. 平台在14点、17点、20点对于**达成异常自动推送预警**，进行上一级提醒
3. 如发生下滑，判断是整体下滑还是个体现象，通过**PV/UV、推广商品数、连带**等核心指标分析业务异常



下午茶

咖啡
面包

午高峰

- 便当
- 三明治

晚高峰

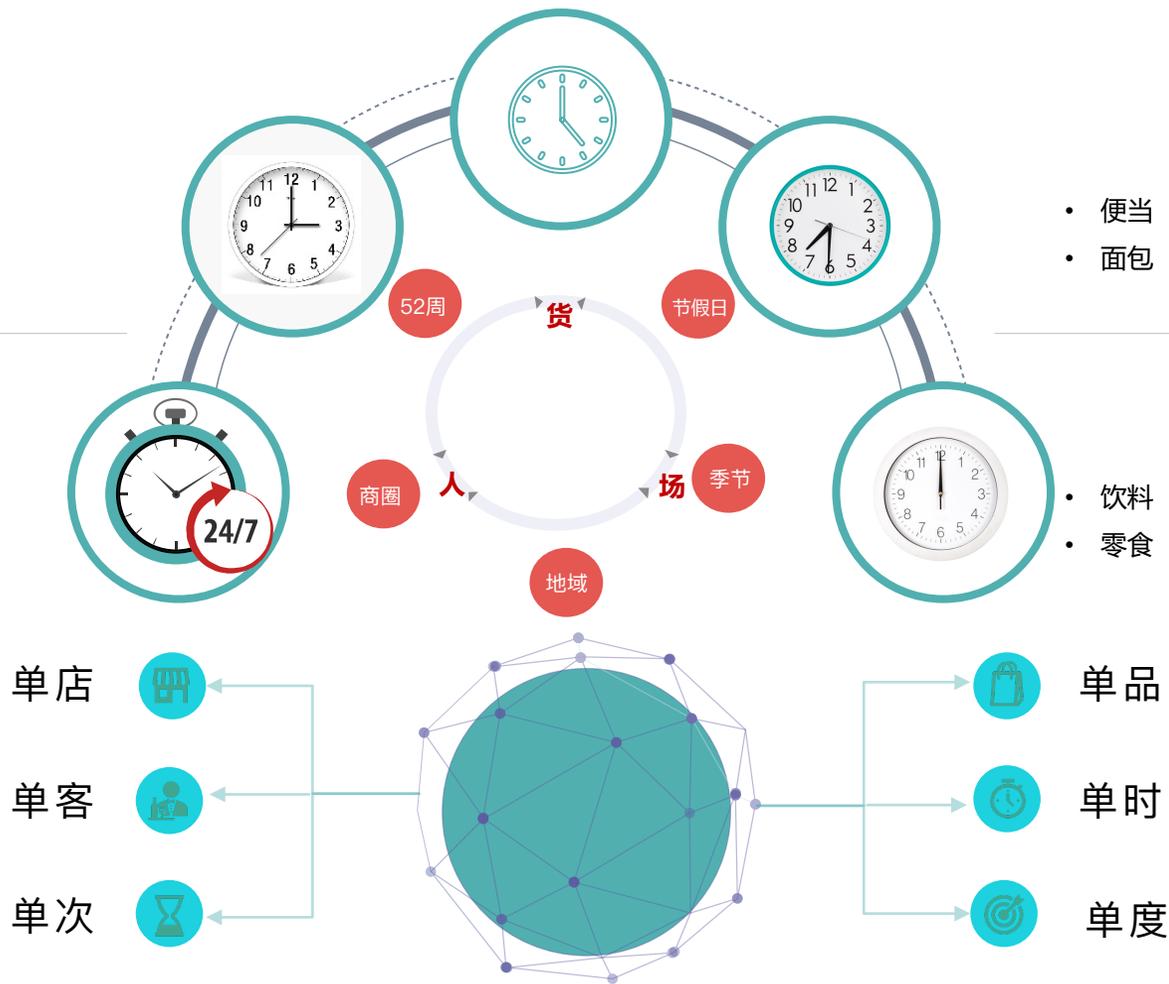
- 便当
- 面包

早高峰

- 酸奶
- 肉包

宵夜

- 饮料
- 零食



基于消费场景的数据分析颗粒度革命

年月 201906 商园 住商型 采购中心 华东 事业部 华东一 课别 请选择 督导 请选择 门店 请选择 会员 请选择 大类 请选择

中类 请选择 小类 请选择 商品 请选择

清空条件 应用

时段销售明细

时	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
PSD金额	129	23	25	35	3	67	146	279	434	431	302	356	395	254	188	253	228	325	258	223	273	209	197	190
PSD数量	17	7	5	9	3	13	22	57	85	67	47	50	73	42	43	42	43	45	58	46	44	29	25	20
TC	4	9	11	9	2	11	15	22	45	30	25	31	28	22	23	23	16	20	21	18	24	11	18	15

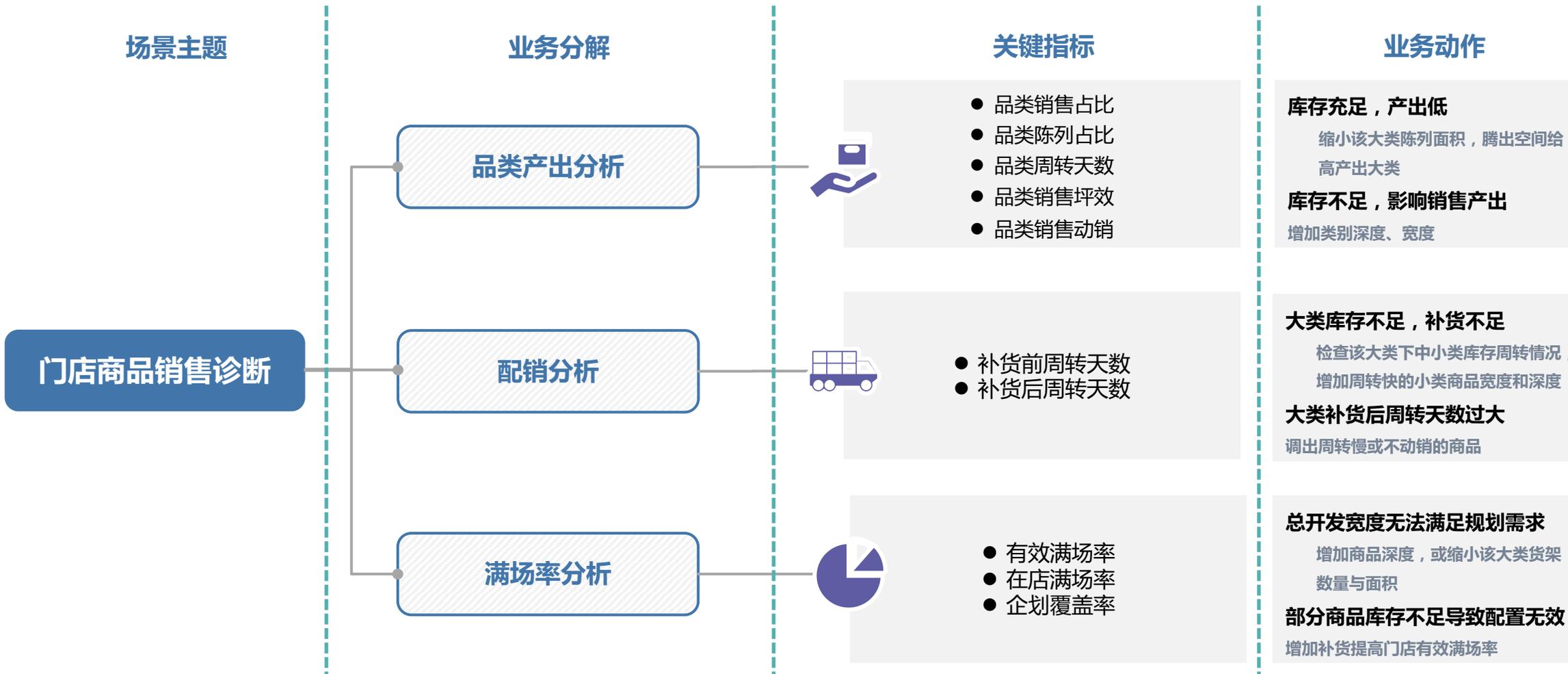
分会员销售明细

店铺名称	尊享会员	
	销售金额	未客
店1	62791.82	4840
店10	104475.77	10213
店100	153008.96	9539
店1000	108446.78	8132
店1001	42283.83	3553
店1002	158296.71	15376
店1003	83710.81	4246
店1004	73198.77	5214
店1005	3724.83	421

商品排行

商品名称	销售额
王老吉凉茶高罐(低糖) 310ml	7342.3
王老吉辣饮罗汉果250ml	7338.4
旺仔牛奶原味245ml	7282.2
For柚 茉莉柚子茶饮料500ml	7265.8
统一阿萨姆小奶茶椰奶味360ml	7263.15
立顿混合口味果茶饮料500ml	7075.4
统一阿萨姆小奶茶牛奶味360ml	7006.8
泰魔性泰式柠檬茶250ml	7002.85
康师傅冰糖雪梨450ml	6973.86
加多宝凉茶瓶装500ml	6835.5

门店商品销售业绩诊断专题分析



门店健康度



门店复购人群分布 **5% 12% 31% 52%**

门店客群消费喜好



门店产品复购分布

产品生命力

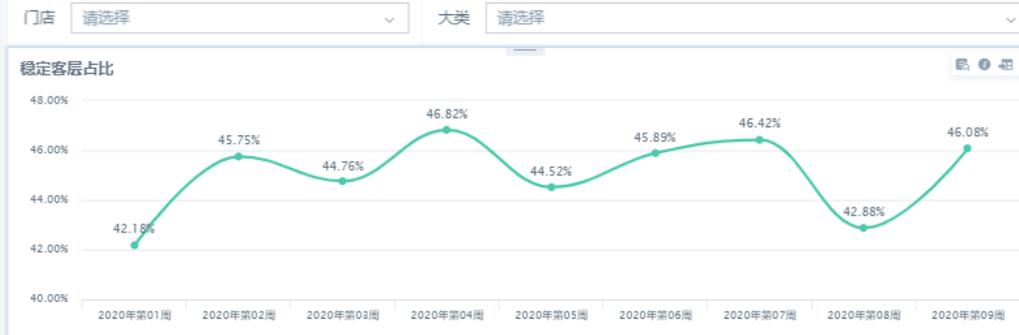


产品销售复购趋势

会员复购专题分析

>> 会员复购

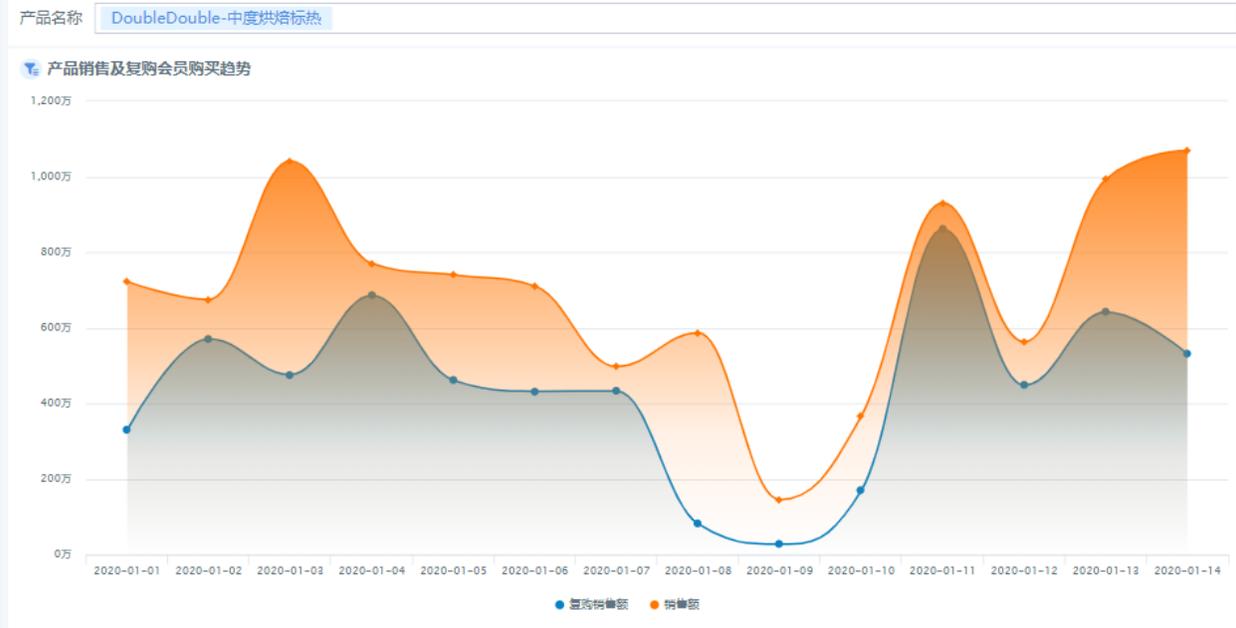
桌面端布局 | 筛选栏: 展开 | 新建卡片



客群消费喜好

货品名称	稳定客群复购总数	复购率	会员人均复购次数
百威啤酒 (罐)	536	60%	7.52
天方叶谈南美马黛玫瑰柚子味绿茶	530	59%	7.48
柚香谷芦荟酵素汁	511	57%	7.33
统一-ALKAQUA饮用天然矿泉水570ml	504	57%	7.26
泡椒凤爪	459	57%	6.79
味全贝纳颂咖啡焦糖玛奇朵	453	57%	6.71
康师傅老陈醋酸辣牛肉面	443	57%	6.62
口水蛙兰花豆 (香辣)	438	58%	6.55

产品生命力



日期: 2020-01-01 ~ 2020-01-14

产品销售金额

销售额: 9,809万
同比: 21.36% ▲

会员购买金额

会员销售额: 6,148万
销售额占比: 62.68% ▲
同比: 30.68% ▲

复购会员购买金额

重度会员购买金额: 3,653万
会员购买占比: 59.42% ▲
同比: 30.68% ▲

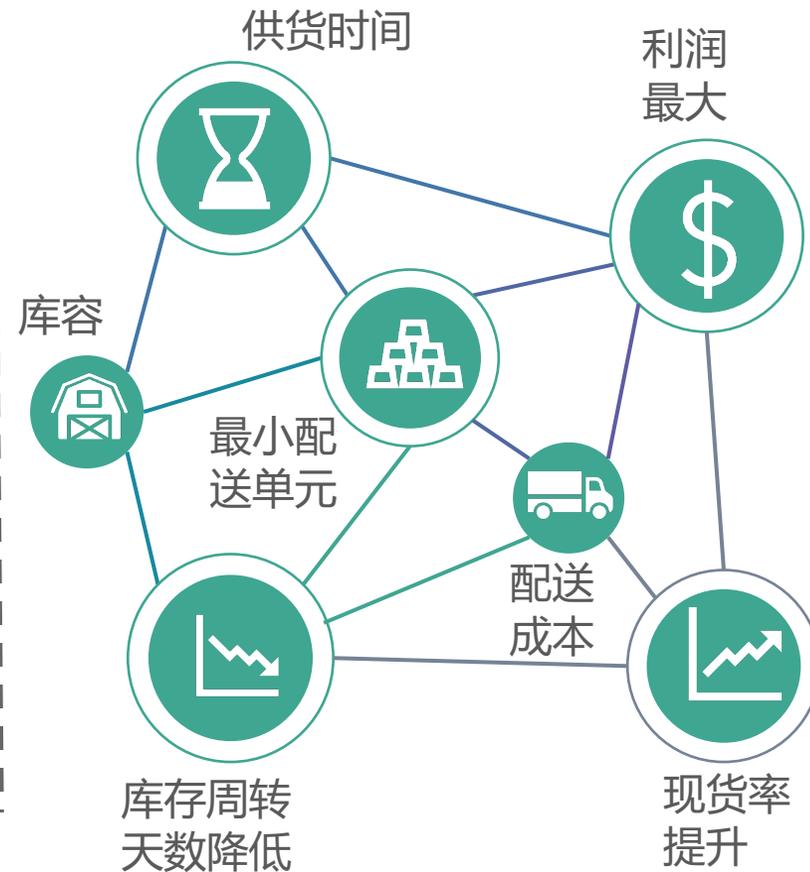
复购会员ABC分级

类别	人数	占比
A类	6,691	33.52%
B类	6,308	31.6%
C类	6,964	34.88%

AI赋能——门店层面实现精细化智能配补货

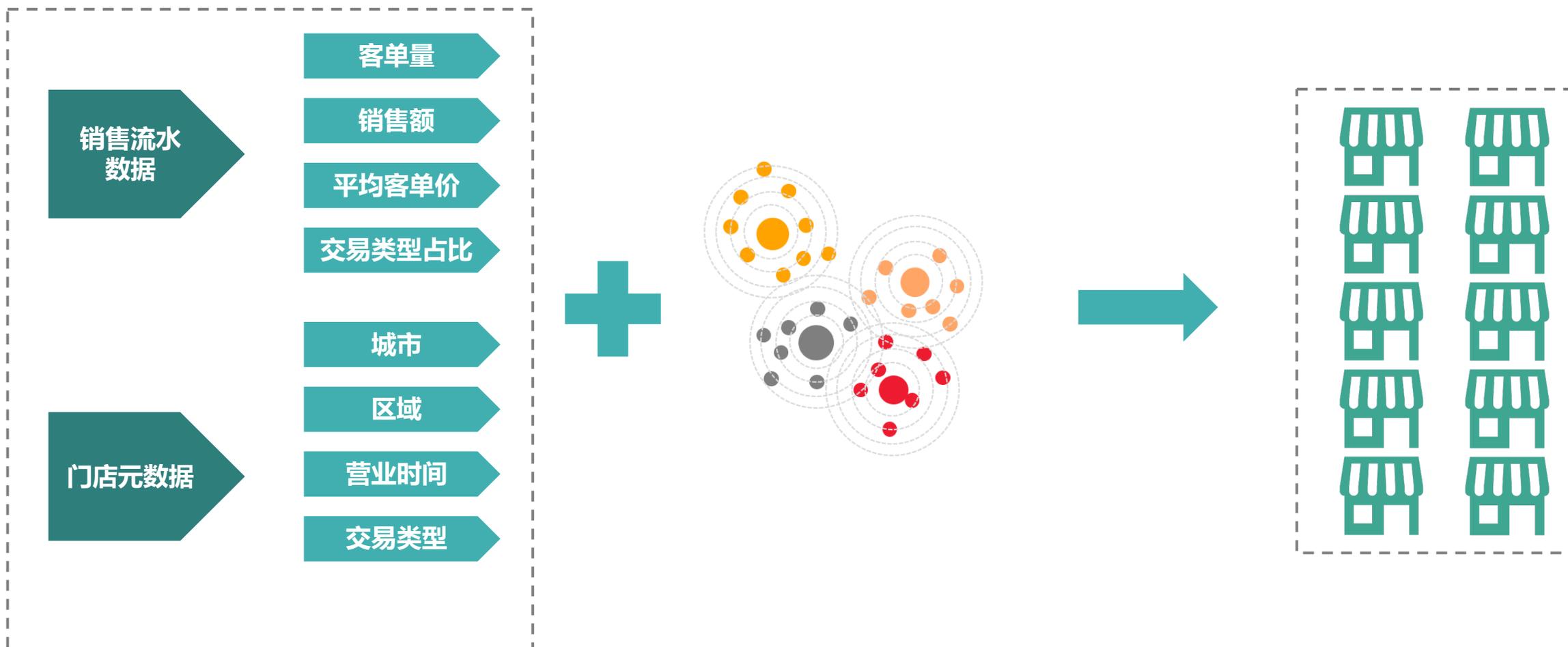


- 基础策略**
根据商品销量的历史分布来计算满足率，
基于满足率与库存计算补货
- 高频/短效期商品**
滚动给出日、周补货建议值
- 低频商品**
聚合到周、月给出补货建议值
- 冷门长尾商品**
设置库存上下限进行补货
- 新品**
结合相似商品与购物篮分析，供计划参考



横向比较机制构建——虚拟标杆店

利用聚类算法，从营业规模，营业趋势变化，地理区位等多种维度综合寻找相似门店



基于观远分析平台与智能决策引擎，形成智能诊断流程并不断迭代



世间奇伟之观 常在于险远

AI+BI 观远一站式智能分析平台



观远市场顾问
欢迎垂询



立即扫码
申请免费试用