

FLOW INSIGHT

KPI一覧表

KPI名	説明
売上高	売上高 = 来店客数 × 購買率 × 客単価。売上の要素である3つのKPIを理解し、売上目標の確実な達成を目指しましょう！
来店客数	来店客数は入店したお客様の人数を表します。
購入件数	お客様との取引数を表します。購入件数を増やす際に大切なのが、来店客のうちの何人を買入客へと変えられたのか（＝購買率の数値！）を理解することです。お客様の来店をより多くの購買に繋げましょう。
購買率	購買率 = 購入件数 ÷ 来店客数。購買率は、買上率・コンバージョン・転換率とも呼ばれています。来店客をどれだけ買入客へと転換できたかを表す、店内分析の重要指標です。
平均客単価	平均客単価 = 売上高 ÷ 購入件数。この数値はお客様一人当たりの購入額を表します。高単価商品のおすすめやセット販売で、客単価UPを狙えます。
平均買上点数	平均買上点数(UPT) = 総買上商品点数 ÷ 購入件数。この指標はお客様一人当たりの購入点数を表し、販売の現場ではセット率とも呼ばれています。セット販売を出来ているかを知るのに最適な指標で、客単価アップのための重要指標です。
売上高/客数	売上高/客数は来店客一人当たりの売上高を表します。マーケティング効果測定やイベント分析に有用な指標です。
平均商品単価	平均商品単価 = 売上高 ÷ 総買上商品点数。お客様が購入した商品1点当たりの価格を表します。この指標で、高単価商品を販売することができているかをチェックしましょう。
売上高/坪	売上高/m ² = 売上高 ÷ 売り場面積(m ²)。1 m ² 当たりの売上高を表し、店舗の収益性の比較することに役立つ指標です。ロケーション毎の収益性のベンチマークとしても利用することができます。
来店客数/坪	来店客数/坪 = 来店客数 ÷ 売り場面積(坪)。1坪当たりの来店客数を表します。立地の良し悪しを測ったり、店舗の混み具合を知るのに有効な指標です。
スタッフレベル	来店客数 ÷ 1時間あたりスタッフ。1時間のスタッフ1人あたりの来店客数を表します。この指標はスタッフ1人が接客すべき客数の目安になります。
スタッフ/時間	1時間あたりのスタッフ人数の平均を表します。
購入転換力	購入客数 ÷ 1時間あたりスタッフ 1時間のスタッフ一人あたりの購入客数を表します。スタッフの接客が購入につながっているかをチェックできる指標です。

KPI名	説明
スタッフ効率	売上÷1時間あたりスタッフ 1時間のスタッフ一人あたりの売上を表します。スタッフの成果を知ることができます。
通行人数	店舗前の通行人数を表します。
来店率	来店率=来店客数÷通行人数 店舗前の通行人のうち何割が来店したかを表します。
立ち寄り客	ファサードに立ち寄った客数を表します。 ファサードから1.5m以内の範囲に、5秒以上滞在したお客様の人数です。
平均滞在時間	店舗への滞在時間の平均を表します。
再来店率	WiFiがONになっている来店客のうち、過去にWiFiデータが捉えられていた人の割合を表します。
エンゲージメント率	来店客数のうち、一定時間以上店舗に滞在していた人の割合です。長く滞在するお客様が多いほど、お買い物を楽しんでいるお客様が多いと評価することができます。
直帰率	来店客数のうち、一定時間内に店舗から出て行ってしまった人の割合です。商品に触れる機会のなかったと思われる冷やかし客などの割合を知ることができます。
エリア通行人数	エリアにどれだけの人が通行したのかを表します。通行人数が少ないエリアに、お客様の動線を止める障害物がないかなど確認しましょう。
エリア滞在人数	エリア内に3秒以上滞在したお客様の人数を表します。お客様が商品に触れる機会がどのくらいあったのかを評価します。
エリア平均滞在時間	エリア内に滞在したお客様の平均滞在時間を表します。
試着室訪問客数	試着室への総訪問客数を表します。
試着室訪問率	試着室訪問率=来店客数÷試着室訪問客数。来店客をどれだけ試着室へ誘導できるかわかる指標です。
試着室滞在時間	試着室の滞在時間の平均を表します。
スタッフ召致	スタッフ召致=スタッフコール回数÷試着室訪問客数。試着室訪問客一人当たりのスタッフの呼び出し回数を表します。
平均応答時間	スタッフコールへの応答時間の平均を表します。