

Os fundamentos para a prosperidade do varejo em um mundo mais ágil

Com o setor de varejo passando por um período de grande turbulência, avaliamos questões-chave de liderança, cultura e tecnologia no local de trabalho.

Os eventos que ocorreram durante a pandemia testaram seriamente a capacidade dos varejistas de adotar novas maneiras de mantê-los à tona.

Enquanto fornecedores essenciais, como os supermercados, tiveram que lidar com problemas de cadeia de suprimentos e aumento da demanda por entrega em domicílio, os varejistas não essenciais tiveram que reinventar completamente seus modelos de negócios. Em alguns casos, a pandemia acelerou os desafios existentes para os varejistas regionais.

Em resposta ao cenário de negócios alterado, muitas empresas aceleraram sua transformação digital.

“ Vimos dois anos de transformação digital em dois meses ”

Satya Nadella, CEO, Microsoft

A seguir, conheça alguns conselhos e informações que darão a você, como líder no setor de varejo, mais argumentos para tomar melhores decisões e estabelecer uma relação de confiança com seus clientes.

Concentre-se no que importa

Desenvolva uma visão para o futuro, percebendo como o novo mundo do trabalho representa uma oportunidade para:

- Capacitar os colaboradores com as ferramentas de que precisam para que possam realizar mais.
- Melhorar o bem-estar e a satisfação profissional dos funcionários.
- Oferecer aos clientes um serviço melhor e uma experiência de compra mais atrativa.
- Estabelecer a sustentabilidade como pilar do negócio em todas as etapas.
- Eliminar silos que são difíceis de monitorar.
- Automatizar processos intensivos na mão de obra.
- Simplificar a gestão com soluções integradas.

Avançar juntos

Permita que suas equipes trabalhem de qualquer lugar.

Faça uma auditoria de seus recursos omnicanal atuais e considere como eles podem ajudar os funcionários a fornecer um serviço ao cliente consistente e personalizado, independentemente da localização.

Adapte-se rapidamente a vendas e a serviços remotos e híbridos.

À medida que você busca manter um nível de serviço de alto contato em uma era sem contato, priorize as conexões virtuais, ofereça experiências de compra digital em tempo real que construam a confiança do cliente e veja cada interação com seu cliente através de uma lente de segurança e acessibilidade.

Transforme seus funcionários em especialistas em atendimento ao cliente.

65% dos consumidores afirmam que a qualidade do atendimento ao cliente é um fator determinante na hora de decidir onde comprar.

The ICSC Customer Service Survey, ICSC, 2019

Trate os funcionários da linha de frente como um ativo valioso na aquisição e retenção de clientes.

Aproveite as vantagens da era digital usando essas mesmas ferramentas para continuar capacitando funcionários de lojas para cargos de atendimento ao cliente com base digital e de telecomunicações, garantindo que os funcionários possam oferecer experiências dinâmicas ao cliente em todos os canais.

Atualize constantemente a capacitação de sua equipe.

Certifique-se de que sua força de trabalho esteja equipada para responder com segurança e eficiência às necessidades e preferências dos clientes mediante a democratização do acesso aos dados e perfis de compra.

Estabeleça uma cadeia de suprimentos integrada e inteligente.

A infraestrutura ideal é crucial para reduzir custos, atender às necessidades crescentes dos consumidores e melhorar a comunicação entre seus fornecedores e parceiros.

Crie perfis de clientes consistentes para facilitar e enriquecer o trabalho dos funcionários da linha de frente.

Permita que seus colaboradores reconheçam seus clientes e forneçam serviço e assessoria personalizados para melhorar a experiência de vendas ou serviços.

Conecte toda a sua empresa no ponto de venda - da diretoria aos funcionários da linha de frente.

Capacite sua equipe com soluções compatíveis necessárias para colaborar e compartilhar conhecimentos importantes para criar uma organização mais conectada e eficaz.

Avance na criação de um ambiente de trabalho híbrido, produtivo e seguro.

No mundo de hoje, a segurança física e a cibersegurança são as principais prioridades das empresas. Gerencie as crescentes ameaças à segurança e exigências de privacidade com um parceiro confiável em uma plataforma confiável.

Varejo inteligente baseado em dados

Tendo o cliente no centro do negócio, um modelo de varejo inteligente pode criar experiências ricas em todos os pontos de contato. Mas ... como você pode estabelecer esse modelo?

Ao direcionar seus dados, você pode transformar todas as informações em ativos de ouro, envolvendo os clientes por meio de mensagens personalizadas, a podereria que eles desejam, tudo isso com muita transparência e ética no uso de suas informações, sempre esclarecendo e pedindo seu consentimento.

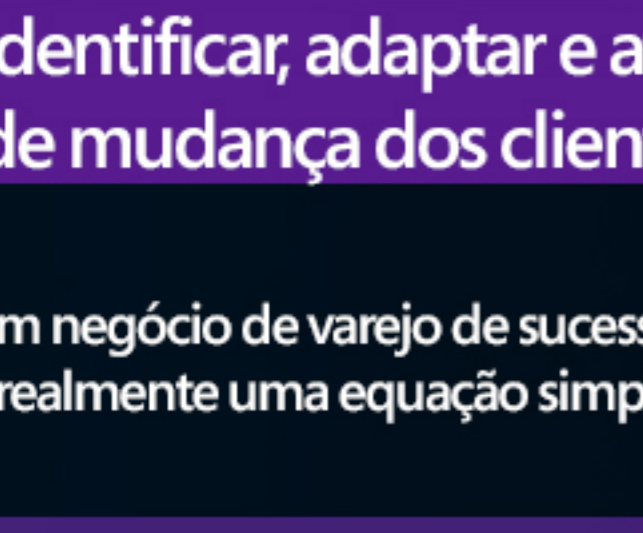
[Wheel design] Retail Trends Playbook 2021 (azureedge.net)

Conheça seus clientes

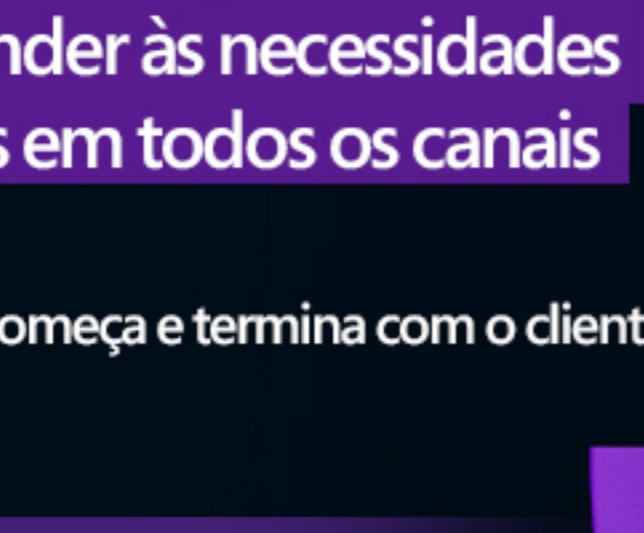
Capacite seus colaboradores

Habilite uma cadeia de suprimentos inteligente

Redefina o varejo



- Personalize as interações
- Ofereça um serviço proativo
- Faça uma análise completa e omnicanal dos perfis de seus clientes



- Dê a eles acesso a perfis completos de clientes
- Crie uma assistência inteligente e integrada
- Torne seus funcionários especialistas em atendimento ao cliente



- Crie estoque e operações ágeis
- Conecte sua organização
- Remessa, logística, merchandising e estoque perfeitos



- Aproveite a inovação em tempo real
- Sincronize o digital com o físico
- Envolve seus clientes para obter insights do consumidor

Um negócio de varejo de sucesso começa e termina com o cliente. É realmente uma equação simples:

Sem clientes = sem vendas

Adapte-se a um mundo onde as expectativas dos clientes são maiores e crescentes.

Isso se aplica não apenas a entender quem são seus clientes e o que eles esperam de você, mas também a saber como melhor atender às expectativas deles.

Isso inclui coisas como:

- Oferecer um envolvimento constante e sem atrito em canais online e físicos para permitir uma melhor experiência de compra.
- Proteger fontes de dados internas e externas para profundar melhor os eles.
- Aproveitar o poder da inteligência artificial e da análise preditiva para antecipar a evolução das necessidades do cliente e fornecer interações individualizadas em diferentes canais.
- Certificar-se de que os produtos estejam disponíveis nas prateleiras. Quando um cliente visita, o varejista deve garantir que os produtos estejam disponíveis nas prateleiras. Empregar IA perimetral é uma forma de combater o desabastecimento das prateleiras.
- Reduzir os custos com equipamento na loja. O aprendizado automático, um subconjunto da IA, pode ser usado para desenvolver programas de manutenção preditiva para equipamentos de varejo. A manutenção preditiva aumenta a eficiência ao mesmo tempo que reduz despesas.
- Criar experiências únicas na loja. A tecnologia agora permite que os dispositivos da loja vejam, ouçam, falem, pesquisem, entendam e aceleram a tomada de decisões, permitindo que você tenha um número enorme de casos práticos experienciais.

Para atender a essas expectativas, você deve realmente conhecer seus clientes, algo que começa com a conexão de fontes de dados e a obtenção de informações valiosas nelas contidas.

O que os clientes procuram?

Nos últimos anos, assistimos à queda de algumas marcas importantes, à ascensão de outras e ao empolgante surgimento de novas marcas sustentáveis.

Fornecemos seis fatores-chave que continuarão a moldar o comportamento do consumidor:

- Valor - uma consideração chave em períodos de incerteza econômica.
- Conveniência: reforça a atratividade das compras locais e online.
- Experiência: enriquece as experiências online e reinventa os ambientes físicos de compras.
- Escolha: reduzir a gama de produtos pode facilitar a interrupção da cadeia de abastecimento.
- Objetivo: "fazer a coisa certa" beneficiará cada vez mais os consumidores.
- Privacidade e segurança: manter os clientes seguros e protegidos, tanto online quanto na loja.

Para entender o que os clientes estão procurando, você deve assumir a liderança na criação de um ambiente de trabalho conectada e capacitada, com acesso a ferramentas inteligentes para ajudá-los a colaborar com mais eficácia, interpretar dados e impulsionar a inovação.

Caso de sucesso

Tendencia S.A. tornou-se um exemplo de transformação e automação de processos para melhor atender seus clientes.

Trend S.A. e Impulso S.A. são duas empresas que administram as franquias Totto e Lili Pink, uma multinacional da moda que vende pastas, mochilas, bolsas, roupas e acessórios, e que possui 41 lojas na Guatemala e 12 em El Salvador. Atualmente, as empresas contam com mais de 250 colaboradores nos dois países.

Nos últimos 8 anos, essas empresas se concentraram no empreendedorismo e na continuidade da jornada de transformação digital em todos os aspectos do negócio.

Para viabilizar a expansão das operações, a equipe começou a tornar mais técnico o sistema de planejamento de recursos empresariais - ERP - Microsoft Dynamics AX2012, o que permitiu centralizar as operações das várias lojas Totto.

Posteriormente, iniciaram a implementação do Microsoft Dynamics 365 e seus módulos Finance & Operations, Supply Chain e Commerce que proporcionaram elasticidade, escalabilidade e acessibilidade para poder integrar, em um único lugar, as operações de todas as lojas e franquias da Guatemala e El Salvador.

Desde a implantação da solução tripla da Microsoft, as empresas relatam que suas áreas financeiras desfrutam de uma automação dos dados contábeis somada ao benefício de uma mobilidade de trabalho que antes não era possível.

“ O Microsoft Dynamics 365 foi integrado ao nosso ambiente de PDV oferecendo-nos toda a disponibilidade, robustez e transparência no uso das ferramentas tecnológicas aplicadas ao negócio de varejo. ”

Wilmar Díaz Diretor de Tecnologia, Tendencia S.A. e Impulso S.A.

“ Antes de ter Power BI, era preciso mexer em um grande número de relatórios. Elaborar, consolidar e consultar era um processo custoso, as estatísticas ou comparação com anos anteriores eram feitas manualmente. Com esta plataforma podemos ajustar o funcionamento de acordo com os indicadores que formos observando, fazemos comparações que está imediatamente e vemos como o negócio está crescendo. Hoje temos cinco dashboards que nos fornecem informações cruciais para a tomada de decisão do nosso departamento comercial. ”

Wilmar Díaz Diretor de Tecnologia, Tendencia S.A. e Impulso S.A.

Benefícios:

- Automação de processos manuais repetitivos.
- Centralização da operação de suas múltiplas lojas.
- Visibilidade na utilização de ferramentas, solidez e transparência na utilização de ferramentas tecnológicas aplicadas ao negócio de varejo.
- Análise de seus dados para ser mais ágil e eficiente em toda a sua cadeia de valor.
- Oferecer sempre uma melhor experiência de cliente baseada em dados.
- Crescimento contínuo e poder de inovação.
- Sua robusta infraestrutura tecnológica permitiu que fizessem uma adaptação rápida devido à emergência sanitária Covid-19.

Sustentabilidade como vantagem competitiva

A adoção de tecnologia para viabilizar iniciativas sustentáveis e otimizar as operações é fundamental. Do ponto de vista da segurança pessoal, o consumidor do futuro exigirá transparência em todo a jornada do comprador e desejará saber onde um produto foi obtido, quais eram as condições para todos os trabalhadores envolvidos e todo o processo de entrega de cada pedido.

Para oferecer esse nível de transparência, é preciso fazer da cadeia de suprimentos e da logística de distribuição uma vitrine e incorporá-las à experiência do consumidor.

Ao fazer isso, você pode obter uma visão sem precedentes de suas operações, o que permite otimizar ainda mais os suprimentos e a produção de sua força de trabalho, o que, por sua vez, cria um ecossistema mais sustentável e eficiente em toda a cadeia de suprimentos, assim como a jornada do cliente.

• Incorpore sensores e inteligência artificial conectados à IoT na cadeia de suprimentos para fornecer informações em tempo real sobre cada processo, desde o fornecimento e produção até a entrega.

• Dê aos clientes a transparência que eles exigem, dando-lhes acesso aos bastidores.

• Aproveite a informação obtida de uma cadeia de suprimentos conectada para otimizar a alocação de recursos e reduzir o desperdício, de suprimentos e energia à força de trabalho e produção.

Considere como iniciativas sustentáveis podem ser integradas de cima para baixo para refinar a produção e as operações.

“ No varejo, antes você poderia ir bem com produtos e poder e bom marketing. Agora não mais! Hoje em dia, você precisa conhecer bem o seu cliente, sua cadeia de suprimentos de ponta a ponta, e sempre fornecer uma experiência excepcional ao entregar o produto ou serviço certo quando, onde e como seu cliente deseja. ”

Hayan Ortega Diretor Executivo da Indústria de Varejo e Bens de Consumo Microsoft América Latina