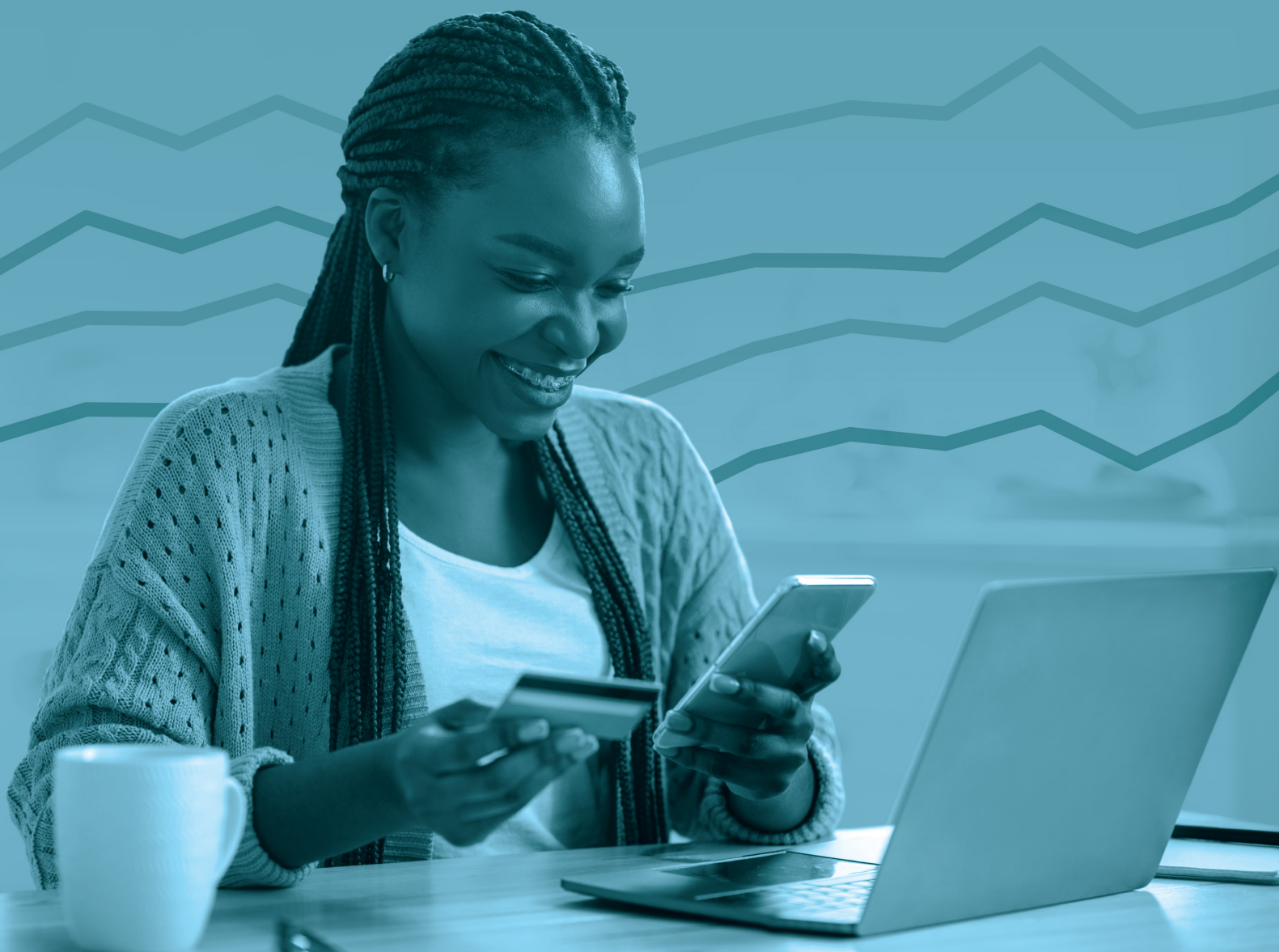




Obtenha sucesso com análises de lojas em tempo real

Em um ambiente de varejo em constante mudança, responder em tempo real a todos os aspectos das operações de uma loja é a chave para o sucesso



O atual dilema do varejo

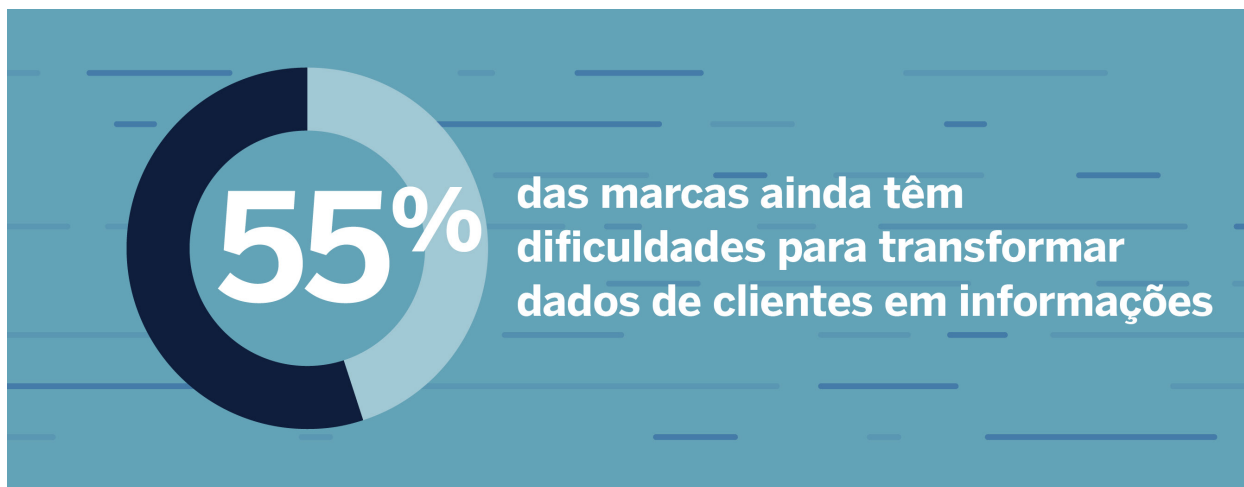
Manter os clientes satisfeitos, o princípio fundamental de todas as organizações de varejo, não é uma questão simples. Ainda que a pandemia e a consequente recessão tenham apresentado desafios sem precedentes que muitas marcas não conseguiram superar, essas perturbações também deram início a uma nova era no setor de varejo. As empresas mais ágeis se adaptaram rapidamente, fortificando seus canais digitais conforme os consumidores passaram a adotar um estilo híbrido que mesclava compras online e presenciais. As compras via comércio eletrônico aumentaram vertiginosamente.

O resultado? Um volume esmagador de dados. Esse novo mundo do omnicanal produz bilhões e bilhões de linhas de dados todos os dias, ao passo que os canais tradicionalmente separados de compra online e presencial convergem em uma única experiência de compras. E, conforme a jornada do consumidor se torna cada vez mais complexa, todos os pontos de contato no caminho geram mais dados, tipos de dados e fontes de dados.

No entanto, devido ao enorme volume de dados, e ao fato de as lojas geralmente coletarem esses dados de forma isolada, elas não conseguem usá-los de forma oportuna, eficiente e conectada. Entregar as informações impulsionadas por dados de que os varejistas precisam para tomar decisões embasadas e agir, é, com frequência, um processo manual e fatigante. Pode levar horas ou dias para responder às perguntas mais prementes. No atual mercado acelerado e altamente competitivo, as lojas de varejo não podem ser ricas em dados e pobres em informações.

E, apesar de todo o caos, as expectativas de uma experiência final perfeita e conectada permanecem altas entre os clientes atuais. Os varejistas que conseguirem atender ou superar as expectativas, sejam elas de serviços inovadores, prateleiras cheias, experiências personalizadas e conectadas, protocolos de segurança executados com perfeição ou todas as opções acima, terão uma forte vantagem competitiva.

Com a pressão sobre a margem de lucros que atinge os varejistas de todos os lados, o aumento dos custos de fornecimento, os picos das compras digitais e diretas ao consumidor, as lojas de varejo estão recorrendo à tecnologia para navegar pelas mudanças e incertezas do mercado atual.



Fonte: "Consumer Goods and the Battle for B2B and B2C Relationships", Salesforce, 2019

Dados certos, pessoas certas, hora certa

Questões fundamentais vêm à tona neste novo e conturbado mundo do varejo: Como as lojas podem obter as informações de que precisam para operar corretamente? De que inventários elas precisam? Os fornecedores conseguem entregar? Qual a demanda em cada unidade? Se observarmos qualquer loja hoje em dia, veremos que os varejistas têm dificuldades em encontrar respostas.

Os estoques estão muito reduzidos para que as lojas possam cobrir o custo dos produtos vendidos. Os clientes ficam frustrados e confusos quando as expectativas geradas online não são correspondidas na loja física. A gerência tem pouca visibilidade ou transparência em relação às lojas e não conseguem entender as demandas regionais. A alocação de pessoal muitas vezes não corresponde às necessidades.

Falta à maioria dos varejistas acesso a dados detalhados em tempo real e recursos de análise no nível da loja, o que tem um impacto quantificável:

Experiências do cliente frustrantes e impessoais

25% dos varejistas relatam que o desempenho de promoções de SKU é compartilhado apenas semanalmente

Planejamento e gestão de estoque ineficazes

36% dos parceiros de varejo compartilham semanalmente dados de transações de PDV

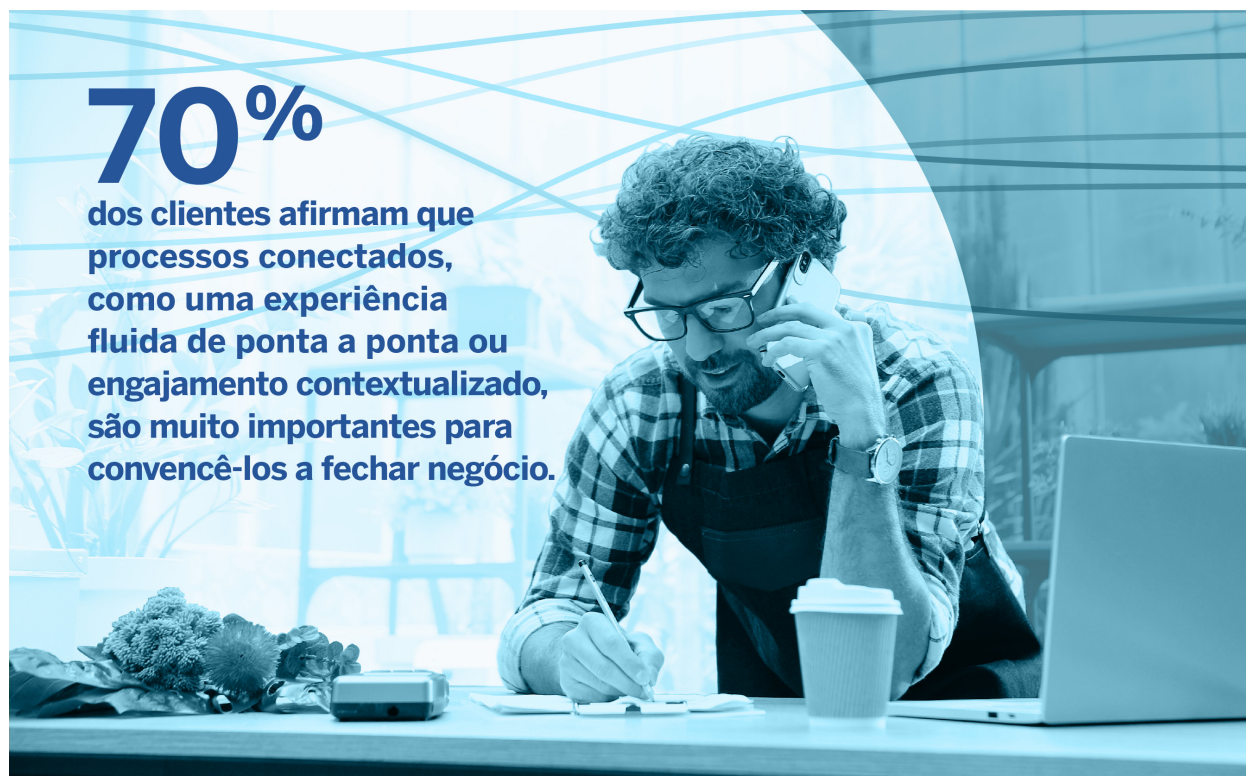
Interrupções frequentes da cadeia de fornecimento, com custos altos

70% das empresas de produtos de consumo dizem que o maior desafio que enfrentam é a dificuldade de integrar dados de várias fontes

Dificuldade de se adaptar rapidamente às mudanças

47% das marcas não têm uma estratégia de análise claramente articulada

Fonte: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



70%

dos clientes afirmam que processos conectados, como uma experiência fluida de ponta a ponta ou engajamento contextualizado, são muito importantes para convencê-los a fechar negócio.

Fonte: "Meeting Adversity With Data", Tim Denman, Alarice Rajagopal, Retail and Consumer Goods Analytics Study 2020

A solução: inteligência em tempo real no nível da loja

Os enormes desafios enfrentados pelos varejistas atualmente pedem soluções inovadoras. Em lojas físicas, isso se traduz em uma necessidade de inteligência orientada por dados que possa fornecer uma única fonte confiável em tempo real para todos os aspectos das operações da loja. De previsão de demanda e gestão da cadeia de fornecimento e estoque a uma experiência conectada e ininterrupta do cliente em todos os canais.

Além disso, essa inteligência precisa estar disponível em formatos fáceis de entender que atendam aos requisitos de cada função na loja. Desde o executivo que quer uma visão agregada e de alto nível dos dados para entender o panorama geral, ao funcionário da loja que precisa saber quantos refrigerantes colocar na geladeira ao meio-dia da segunda-feira. Com informações atualizadas e específicas da função nas pontas dos dedos, todos podem tomar decisões rapidamente com precisão.

A solução de inteligência de varejo do Tableau oferece um roteiro sob medida, prescritivo e útil para superar os complexos desafios enfrentados atualmente pelos varejistas. Ela foi totalmente desenvolvida para fornecer às lojas os dados detalhados em tempo real de que precisam, atender às expectativas do cliente e ter sucesso em meio às mudanças turbulentas que agitam o mercado varejista.

Acesse e analise de qualquer lugar, de forma escalonável

Tradicionalmente, os dados são armazenados localmente em cada loja e compartilhados por meio de planilhas e PDFs estáticos via email. Esse é um processo moroso, agravado pela necessidade de selecionar os dados em questão antes que eles sejam disponibilizados para análise. Quando finalmente estão em um formato útil e disponíveis para quem precisa, os dados já estão obsoletos.

A solução baseada em multinuvem da Tableau contorna esse processo disponibilizando dados e análises instantaneamente e com segurança de qualquer lugar para todos que precisem deles. Os dados não vão aos usuários; os usuários é que vão aos dados. Eles podem explorar vastas quantidades de dados em segundos e analisar bilhões de linhas em minutos sem comprometer o desempenho.

E ainda podem escalonar conforme necessário durante períodos de pico de atividade. Os recursos móveis da solução permitem que os funcionários da loja vejam e reajam às informações imediatamente. Com dados em tempo real no nível do PDV e da transação disponíveis sob demanda, as lojas podem tomar decisões mais inteligentes com mais rapidez.

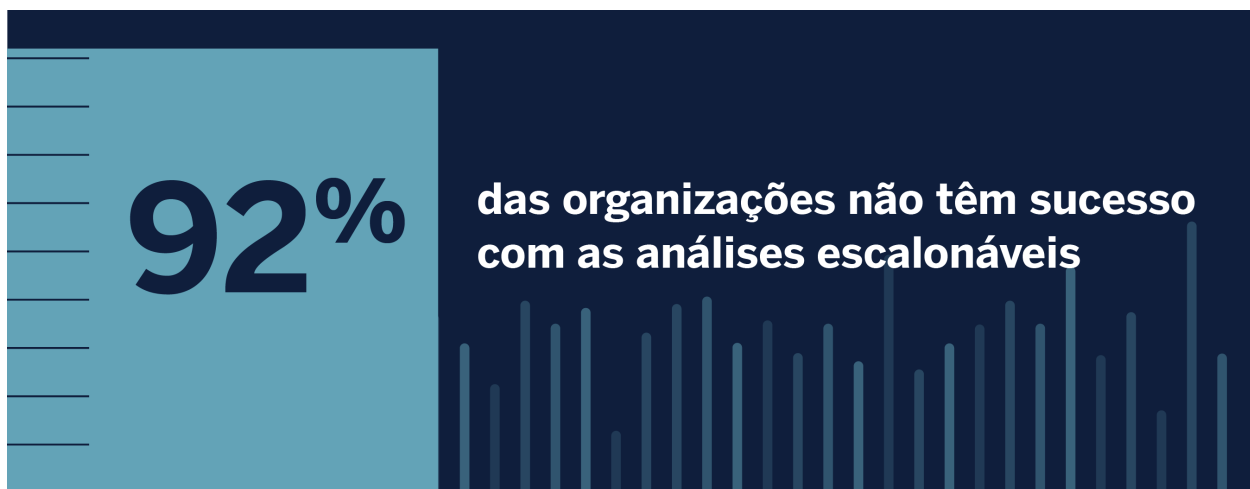


Fonte: "State of the Connected Customer", Salesforce, 4ª edição

Visões detalhadas inspiram uma ação direcionada

Fazer análise de dados e gerar relatórios é uma coisa; entendê-los é outra. É aí que a poderosa parceria entre o Tableau, a Salesforce e o Snowflake faz com que a solução de inteligência de varejo se destaque. Usando os recursos de visualização de dados do Tableau, a funcionalidade baseada em nuvem da Salesforce e o armazenamento de dados de terceiros do Snowflake, a solução oferece um escopo sem igual para superar os desafios enfrentados pelos varejistas atualmente.

Veja este exemplo: um grande varejista com unidades em todo o país vinha tendo dificuldades para estocar os produtos certos nas lojas certas; enquanto uma unidade podia vender todo o estoque de um produto, uma loja em outra região tinha um excedente do mesmo.



Fonte: "Catch them if you can: How leaders in data and analytics have pulled ahead", McKinsey, estudo de setembro de 2019

O problema surgiu da dificuldade de agregar e analisar os dados de estoque de todas as lojas de uma forma que mostrasse aos tomadores de decisões a dinâmica específica de cada região.

Com o uso da plataforma aberta e os recursos detalhados da solução de inteligência de varejo, o varejista pôde traduzir dados de estoque, mesclados com informações demográficas do consumidor das regiões de cada loja, em informações úteis e visualmente compreensíveis sobre os hábitos de compra regionais.

Ao analisar dados históricos de estoque para rastrear padrões de comportamento do cliente, o varejista pôde usar análises preditivas para direcionar melhor a provisão de estoque para lojas individuais no futuro. Essa nova clareza ajudou a organização a entender melhor todos os seus clientes e fazer um planejamento adequado.



Fonte: "Meeting Adversity With Data", Tim Denman, Alarice Rajagopal, Retail and Consumer Goods Analytics Study 2020

Transparência em toda a cadeia de valor

No novo normal, toda vantagem estratégica conta. Ao disponibilizar dados atualizados e visualmente compreensíveis para quem precisa, de fornecedores a executivos e gerentes de varejo, passando por assistentes de loja na linha de frente, a solução de inteligência para o setor de varejo do Tableau oferece transparência em tempo real para toda a cadeia de valor da loja.

As operações são simplificadas e coordenadas quando todos trabalham com base nos mesmos dados atualizados. Os lucros aumentam quando a inteligência possibilita a tomada de decisões conscientes. E as lojas promovem experiências excepcionais ao cliente quando podem entendê-lo profundamente em todos os níveis.

Os atuais dilemas afetam a todos no setor varejista, mas as organizações que capacitarem suas unidades com análises de loja em tempo real poderão aproveitar a oportunidade de melhorar o desempenho de ponta a ponta.

Mergulhe mais fundo nas soluções impulsionadas por dados para operações de varejo.

Recursos adicionais

[Saiba mais sobre a solução de inteligência de varejo](#)

[Snowflake para varejo](#)

[Soluções para varejo da Salesforce](#)

[Fale conosco](#)

Sobre



Como a plataforma de business intelligence utilizada por mais de 90% das empresas Fortune 500 de serviços financeiros, o Tableau é a solução comprovada para organizações que lideram com dados. O Tableau oferece uma plataforma de análise completa e integrada que permite que as equipes colaborem entre si e obtenham informações aprofundadas de seus dados usando aprendizado de máquina, estatística, linguagem natural e preparação de dados inteligente. Com recursos de capacitação como treinamento, certificações e o Tableau Blueprint, sem mencionar a inspiração e o apoio da entusiasmada comunidade do Tableau, as empresas de seguros que adotarem o Tableau podem confiar que sua implantação será um sucesso e ajudará a promover uma cultura impulsionada por dados.



Snowflake apresenta o Data Cloud, uma rede global onde milhares de organizações mobilizam dados com escala quase ilimitada, simultaneidade e desempenho. No Data Cloud, as organizações unem dados isolados, descobrem e compartilham dados governados com segurança e executam diferentes cargas de trabalho de análise. Não importa onde estejam os dados ou os usuários, o Snowflake oferece uma experiência única e fluida por várias nuvens públicas. A plataforma do Snowflake é o motor que impulsiona e dá acesso ao Data Cloud, criando uma solução para data lakes, armazenamento, engenharia e ciência de dados, desenvolvimento de aplicativos e compartilhamento de dados. Junte-se aos clientes, parceiros e provedores de dados do Snowflake que já estão elevando suas organizações a novos patamares com o Data Cloud. [Snowflake.com](https://www.snowflake.com).



Salesforce é a plataforma de CRM nº. 1 do mundo, integrando todas as interações da empresa com seus clientes, incluindo marketing, vendas, serviços, comércio, RH e muito mais. Como parte da família Salesforce, o Tableau é projetado para se conectar perfeitamente a todos os produtos da plataforma Customer 360. Isso permite que você use o Tableau para combinar dados do Salesforce a partir de qualquer nuvem com seus outros dados empresariais para ter uma visão completa dos seus clientes. Coloque o cliente no centro de tudo o que você faz e ofereça a experiência conectada que ele espera.