

Varejistas e a tentativa de compreender mudanças na demanda

Como os líderes no varejo estão usando os dados para enfrentar quatro dos desafios atuais mais difíceis.



Introdução

Líderes no mercado do varejo enfrentaram mudanças sem precedentes nos últimos anos. Nenhum outro setor viu mudanças tão profundas, não apenas na maneira de realizar negócios, mas onde os negócios são realizados. Essas mudanças trazem recompensas adicionais, mas também vêm com demandas adicionais.

Você deve antecipar as necessidades dos seus clientes, independentemente de onde eles realizam as compras, e manter preços flexíveis. Também é necessário oferecer uma cadeia de fornecimento robusta e, ao mesmo tempo, garantir que toda a organização esteja trabalhando em conjunto e com foco no cliente.

É um desafio e tanto, mas será que é possível?

Como os varejistas podem permanecer flexíveis para os consumidores, mas garantindo a solidez dos processos?

Nossa experiência com varejistas em todo o mundo mostra que a resposta está em usar os dados certos no momento certo para tomar decisões melhores, flexíveis e mais lucrativas. Neste e-book, vamos compartilhar algumas dessas experiências, além de uma introdução sobre como repensar os dados com o Tableau pode transformar o seu negócio.

- Impulsione a eficiência em sua cadeia de fornecimento
- Ofereça experiências excepcionais em todos os canais
- Una sua organização com foco no cliente
- Desenvolva estratégias flexíveis de produto e preço



75%

dos consumidores experimentaram uma nova loja, marca ou forma diferente de fazer compras durante a pandemia.

Fonte: [McKinsey](#)

44%

dos consumidores globais farão mais compras de supermercado on-line.

Fonte: [EY Future Consumer Index](#)

Impulsione a eficiência em sua cadeia de fornecimento

Sua cadeia de fornecimento está sob pressão constante. A mudança contínua das demandas dos consumidores demonstra que é cada vez mais difícil ser eficiente.

É necessário reajustar com frequência a cadeia de fornecimento e dedicar um tempo valioso à procura de novos fornecedores ou parceiros para lidar com a demanda do cliente. Para manter a agilidade e poder reagir com rapidez, é necessária uma visão clara de todos os aspectos da cadeia de fornecimento, desde a aquisição até a entrega.

Impulsionar a eficiência na cadeia de fornecimento ajudará a aumentar os dividendos por meio da capacidade aprimorada de reagir e servir adequadamente aos clientes. Essas eficiências surgem ao detectar tendências e necessidades de mudança do cliente e responder conforme necessário. Essa resposta depende de permanecer ágil e rápido durante o processo de aquisição.

Ficar à frente da concorrência quando o assunto é identificar as tendências econômicas e do cliente dá a você uma vantagem no mercado. Uma visão geral abrangente dos seus dados coletados em tempo real permitirá que isso ocorra, além de reduzir o desperdício no processo de aquisição, e fará com que você acompanhe o ritmo das demandas em constante mudança dos clientes.

45%

dos consumidores evitam o uso de plásticos sempre que possível.

Fonte: [PwC](#)

Para levar o produto aos clientes com rapidez, os comerciantes trabalham com colegas multifuncionais para aumentar a integração vertical e as parcerias com terceiros, acelerando e impulsionando dessa forma a cadeia de fornecimento.

Fonte: [McKinsey](#)



História de sucesso do cliente: Abercrombie & Fitch



O PROBLEMA:

O visual descontraído da Abercrombie & Fitch é conhecido mundialmente. Mas, quando se trata do merchandising em 865 lojas em todo o mundo, a A&F não podia se dar ao luxo de adotar uma abordagem relaxada: o planejamento é extremamente importante. Poder detectar tendências e responder adequadamente é fundamental.



A SOLUÇÃO:

O Tableau ajudou a A&F a usar as principais métricas para garantir que as equipes comerciais pudessem acompanhar as vendas com eficácia ao longo do tempo e por segmento de cliente. Essa visão clara das tendências e do comportamento do cliente permitiu que a A&F respondesse imediatamente e agisse em relação ao estoque, aumentando ou reduzindo o fornecimento quando necessário.



OS RESULTADOS:

Anteriormente, as informações de vendas ficavam isoladas, atrasando qualquer ação. Hoje, o Tableau Server da A&F possibilita 6 mil consultas de 600 usuários por semana. Essa imagem mais clara das transações e do comportamento do cliente significa que agora eles podem agir imediatamente quando o assunto é estoque.

RESUMO DOS RESULTADOS:

Dados integrados de clientes e de mercadorias de

865 lojas

Atendimento à demanda do cliente com uma visão de estoque unificada nas lojas e on-line

“Para conseguirmos ver as tendências ao longo do tempo, olhar para elas e ver os dados completos, o Tableau nos permite capturar essas tendências e, conforme planejamos o merchandising, encontrar as anomalias que surgem e reagir a elas rapidamente.”



DANIEL TRIMMER

Gerente sênior de soluções voltadas para produtos Abercrombie & Fitch

Ofereça experiências excepcionais em todos os canais

Não é mais suficiente para os varejistas se destacarem em um canal e pouco se preocuparem com rotas alternativas de compra. Os clientes estão cada vez mais exigentes e esperam sempre a mesma experiência e nível de serviço, não importando o canal de compra. O ponto principal agora é a comodidade e a facilidade de uso.

A tendência do comércio eletrônico tem sido constante nos últimos anos. A pandemia da Covid-19 apresentou um novo grupo de consumidores à comodidade das vendas on-line, tornando improvável que eles voltem aos velhos hábitos de compras no mundo real.

Para prosperar nesse novo mundo é preciso entender totalmente o cliente, o que ele quer, o que ele precisa, e entregar tudo isso a ele sem contratempos. Isso pode ser feito ao aproveitar os dados já coletados, o que ajudará não só a mostrar que você entende o cliente, pois você também comprovará esse fato ao prever com precisão o comportamento dele.



86%

dos consumidores provavelmente continuarão a fazer compras on-line/por telefone quando as medidas de distanciamento social forem removidas.

Fonte: [PwC](#)

43%

dos consumidores nos EUA fazem compras on-line, o que mostra que a preferência pela comodidade é consistente em todos os segmentos do varejo.

Fonte: [Deloitte](#)

História de sucesso do cliente:



O PROBLEMA:

Quando você é um dos varejistas mais amados nos EUA, pode ter um sentimento de individualismo. Com mais de 16 milhões de “membros”, o desafio da REI era traduzir os dados coletados sobre os clientes em uma experiência mais personalizada na loja física e on-line.



A SOLUÇÃO:

A REI usou o Tableau para reunir pontos de dados sobre os clientes de mais de 75 fontes diferentes: do ponto de venda ao Adwords. Ter os dados completos juntos em uma visualização permitiu à REI analisar a jornada completa do cliente, e, além disso, colocar a experiência do cliente no centro de todas as decisões comerciais, desde as operações da loja física até a experiência on-line.



OS RESULTADOS:

Reunir os dados permitiu que a REI se tornasse mais centrada no cliente. A análise mostrou como a forma que o conteúdo é exibido no site pode afetar o comportamento do cliente, o efeito dos e-mails direcionados e como as promoções afetam as decisões de compra. O resultado tem sido um maior impacto no mercado e uma estratégia de experiência do cliente em constante aprimoramento.

RESUMO DOS RESULTADOS:

75

fontes diferentes
em uma visualização

“Diante das mudanças que estão ocorrendo no comportamento dos consumidores, inclusive a transição das lojas físicas para as compras digitais e on-line, um dos principais focos da REI é colocar os dados aos quais temos acesso no Tableau, descobrir informações e usá-las para guiar nossa estratégia e oferecer uma experiência melhor aos clientes.”



CLINTON FOWLER

Diretor de análises avançadas e clientes da REI

Una sua organização com foco no cliente

O varejo sempre envolveu a interação de operações, cadeia de fornecimento, merchandising e marketing. Encontrar esse equilíbrio em toda a organização pode ser difícil, mas, para continuar tendo sucesso em todas essas operações nos dias de hoje, também é necessário manter um foco constante no cliente.

Com isso em mente, como é possível unir a organização e ao mesmo tempo garantir que você jamais perderá o foco no que realmente importa?

A resposta está em garantir que todos os funcionários possam olhar para uma única fonte confiável, de modo que as decisões sejam tomadas com base em fatos atualizados, não em convenções ou opiniões.

Não há dúvida de que o varejista pós-pandemia verá as demandas e as preferências mudarem rapidamente, conforme o mercado continua a se alterar e sofrer mutações. Estar à frente das mudanças nas demandas dos consumidores e ter clareza sobre as ações que precisam ser tomadas em toda a organização é o único caminho para garantir o sucesso contínuo. E a única maneira de fazer isso é ter uma compreensão clara dos dados.



63%

dos consumidores estão comprando mais produtos on-line/por telefone do que antes do distanciamento social

Fonte: [PwC](#)

A principal proposta de valor de grandes e pequenos varejistas bem-sucedidos é a capacidade de posicionar o estoque o mais perto possível do consumidor e torná-lo acessível física e digitalmente por meio das lojas.

Fonte: [Deloitte](#)

História de sucesso do cliente:



O PROBLEMA:

O posicionamento ideal para um varejista acontece quando uma tendência na qual ele está à frente se transforma em um fenômeno cultural e, por fim, muda o comportamento de compra das pessoas. No entanto, para a Whole Foods, com 460 lojas nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido, uma explosão de popularidade e rápido crescimento geraram sistemas e fontes de dados conflitantes.



A SOLUÇÃO:

A Whole Foods usou o Tableau para criar uma única fonte de informações em toda a organização. Os painéis regionais permitiram que os gerentes de loja acompanhassem o desempenho em relação a outras lojas. O fluxo de finalização de compra dos clientes é medido em cada loja para que a equipe possa ser ajustada conforme a necessidade, garantindo sempre a melhor experiência para o cliente.



OS RESULTADOS:

A Whole Foods desenvolveu e adotou uma cultura orientada por dados em toda a organização. Além disso, 18 mil usuários agora trabalham com as mesmas fontes de dados, proporcionando não apenas eficiência operacional, mas uma melhor experiência do cliente em todas as lojas da empresa.

RESUMO DOS RESULTADOS:

18 mil

usuários trabalhando com as mesmas fontes de dados

“A cultura de dados é extremamente importante na Whole Foods Market. Para a nossa empresa, o valor principal dos dados está em saber que podemos usá-los para aprimorar a experiência do cliente, trazer mais compradores para o nosso produto e criar uma experiência melhor para todos os envolvidos.”



JAMIE LAHIERE

Gerenciamento de mudanças
Whole Foods Market

Desenvolva estratégias flexíveis de produto e preço

Atualmente, os clientes exigem um preço melhor e mais qualidade. Conforme os varejistas se esforçam para aumentar sua lucratividade, eles precisam equilibrar essas demandas com a própria necessidade de maior margem e eficiência de custos. A solução é criar produtos baseados em dados e estratégias de preços tão ágeis quanto o resto da organização.

Isso requer um único ponto de vista que embase as decisões. Ajudar as equipes a se aprofundar nos dados de vendas, produtos e preços também as capacita a tomar decisões importantes sobre categoria, produto e SKUs.

De uma forma mais simples, se você entender o que está acontecendo no mercado e com os clientes, poderá adaptar o produto e o preço para tirar proveito da situação. E isso não significa oferecer o menor preço a qualquer custo, mas sim criar uma estratégia para maximizar seu retorno.



67%

dos consumidores no Reino Unido considerariam comprar produtos produzidos por terceiros na categoria de alimentos embalados.

Fonte: [Euromonitor](#)

Sabemos que os clientes se preocupam menos com um preço competitivo quando nossos concorrentes estão com o estoque esgotado.

Fonte: [Forrester](#) (Vice-presidente de merchandising, cadeia de merchandising geral)

21% dos consumidores procuram uma melhor oferta

Fonte: [Forrester](#)

História de sucesso do cliente: Huel®



O PROBLEMA:

Aliar o desejo de uma alimentação melhor e o cuidado com o meio ambiente são as marcas da Huel. Eles fornecem alimentos nutricionalmente completos e acessíveis com impacto mínimo no meio ambiente, chegando a oferecer aproximadamente 100 milhões de refeições em mais de 100 países. Janeiro tem sido tradicionalmente um grande mês para a Huel, e rastrear as necessidades do consumidor era desafiante.



A SOLUÇÃO:

Ao introduzir o Tableau na organização, a Huel foi capaz de enfrentar o que eles chamam de “grande quebra-cabeças”. Os painéis do Tableau permitiram que a Huel monitorasse e reagisse ao comportamento do cliente e aos padrões de compra em tempo real, compartilhando métricas sobre o sucesso do canal e da campanha e vendas em tempo real.



OS RESULTADOS:

A Huel agora é capaz de prever as vendas diárias em janeiro com 98% de precisão. A empresa foi capaz de dinamizar suas operações rapidamente, expandindo a oferta de produtos, agregando valor e melhorando a experiência do cliente.

RESUMO DOS RESULTADOS:

98%

de precisão nas previsões de vendas diárias

“A estratégia orientada por dados da Huel está ajudando a empresa a superar a pandemia e se adaptar à nova realidade dos negócios. O Tableau nos permite ser mais dinâmicos e reagir com mais velocidade e clareza. Os funcionários estão explorando dados de toda a organização e transformando-os em informações acionáveis, seja em previsões de receita, eficácia da distribuição ou gastos com publicidade.”

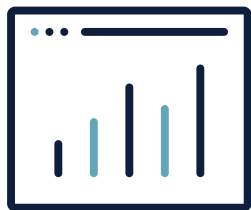


OLLIE SCHEERS

Diretor de comércio eletrônico
Huel

Como o Tableau está ajudando organizações de varejo em toda a Europa a ter uma visão clara e completa dos clientes

Este é um momento empolgante para os varejistas, mas que possui desafios. Líderes inovadores em todo o mundo estão aproveitando os dados para se tornarem mais ágeis, adaptando-se quando e onde precisarem.



Criar uma visão em tempo real de todo o seu negócio

Como a velocidade de reação é de extrema importância, o Tableau permite a tomada de decisões baseada em fatos em tempo real.



Eliminar silos para obter o máximo de engajamento

Ao reunir dados da cadeia de fornecimento, merchandising e marketing, é possível ter uma visão completa de todas as operações.



Oferecer uma visão completa dos seus clientes

O Tableau oferece uma visão dos clientes em cada ponto de contato, para que seja possível atingir o cliente certo no momento certo.



Ajudar a tomar decisões cruciais com mais rapidez

O Tableau coloca os dados e as análises no centro da tomada de decisões, ajudando toda a organização a trabalhar de maneira mais inteligente e rápida.

E agora? Para onde vamos?

Cada empresa terá prioridades diferentes no que diz respeito aos quatro problemas descritos neste e-book. Mostramos como algumas delas usaram o Tableau para superá-los. Isso pode ser exatamente o que você precisa, mas não para por aí.



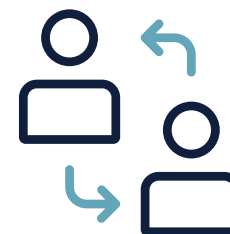
Saiba mais

Junte-se a nós e participe de conferências executivas ou webinars em tableau.com/pt-br. Você encontrará uma série de informações e recursos de aprendizado que mostrarão a importância de ter uma visão clara do seu cliente.



Fale conosco

Se quiser ter uma conversa mais direta sobre como o Tableau pode ajudar a resolver seus problemas, teremos prazer em atender você. Entre em contato conosco.



Compartilhamento

Faça sua equipe e o restante de sua liderança participar dessa discussão. Compartilhe este e-book, inicie uma conversa e prepare-se para ter uma visão mais clara do seu cliente.



www.tableau.com/pt-br