

CONTEÚDO DINÂMICO PME DIGITAL

Estratégias de Transformação Digital na Indústria do Retalho - Comércio Omni-Canal

ID	DATA	TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR
PMED.025	<DATA>	Estratégias de Transformação Digital	PME Digital
KEYWORDS			
PLATAFORMA DIGITAL – GERAL; RETALHO; TRANSFORMAÇÃO DA LIDERANÇA; TRANSFORMAÇÃO DA OMNI-EXPERIÊNCIA; TRANSFORMAÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO; TRANSFORMAÇÃO DO MODELO OPERATIVO; TRANSFORMAÇÃO DA INFORMAÇÃO			
LINK			
<LINK>			

CONTEÚDO

Comércio Omni-canal

Comércio Experimental

A atual experiência de retalho em muitos retalhistas existe canais separados e desconectados: físicos, on-line, catálogos, quiosques e dispositivos móveis. A jornada do cliente que atravessa vários dispositivos e vários canais numa série desconectada de sessões é inconsistente com as expectativas do cliente. Latências, ineficiências, etapas desnecessárias, uso excessivo de teclas e uma incapacidade de encontrar informação e produtos, ou níveis de serviço abaixo dos esperados, prejudicam ainda mais a experiência do cliente.

A Transformação Digital de estratégias, processos e tecnologias de relação que permitem aos clientes encontrar, comprar e receber bens e serviços de forma fácil não só tornará a jornada do cliente mais simples, como também otimizará a eficiência de oferecer as melhores experiências aos clientes. A tendência é comércio “everywhere now”, um estado que transforma todos os lugares que os consumidores vêm, tocam ou experimentam um potencial ponto de relação e venda. Cada vez mais a complexidade, as etapas desnecessárias e interfaces serão eliminadas, reduzindo a latência, a redundância e as barreiras de compra. Um dia, imagens, media ou mesmo os produtos estáticos serão canais de transmissão, permitindo além do objetivo atual alcançar a experiência de comércio convergente omnicanal do físico-digital.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Plataformas de comércio omni-	Os sistemas atuais procuram oferecer suporte	Orquestrar os canais de vendas e serviços	Omni-commerce (lojas, social, voz, chat, um clique,	Possibilite comércio omni-canal sem

<p>canal</p>	<p>ao comércio multicanal, oferecendo suporte à jornada do cliente em vários canais: físico, on-line, por catálogo e móvel.</p>	<p>(mobile-first, e-commerce, omi-canal e in-store) para obter caminhos ideais para compras, vendas e serviços.</p>	<p>etc.)</p>	<p>interrupções em toda a jornada do cliente (pesquisa, descoberta, compra e atendimento e serviço).</p>
<p>Conteúdo certo, canal certo</p>	<p>Os comerciantes esforçam-se para oferecer experiências digitais aos clientes por meio de canais digitais de grande formato e dispositivos móveis, como smartphones, tablets, laptops e dispositivos de colaboradores da loja.</p>	<p>A convergência dos mundos físico e digital prolifera e o conteúdo é escolhido de forma eficiente e eficaz para harmonizar e fornecer experiências ininterruptas em todos os lugares.</p>	<p>Tablets, dispositivos móveis, telas digitais, realidade virtual, realidade aumentada, gestão e distribuição de conteúdo.</p>	<p>Melhore o retorno do investimento dos conteúdos otimizando a curadoria e a distribuição de conteúdos, alinhando-se à missão de aumentando o valor do cliente durante toda a jornada do cliente.</p>
<p>Comércio sem front-end</p>	<p>Os pontos de compra e pagamento são desconectados, o que significa um processo de compra e pagamento linear que tem latências e pontos de atrito desnecessários e não aproveita as tecnologias sociais e móveis conectadas que o consumidor usa durante a jornada do cliente.</p>	<p>O processo de compra e atendimento é rápido, fácil e conveniente e aproveita pontos de jornada dos clientes conectados por meio de tecnologias sociais, de chat, visuais e de voz, oferecendo velocidade de compra, conveniência, várias opções de entrega e</p>	<p>Carrinho / pedido omni-canal, pagamentos digitais, redes sociais, media, IoT e bots capacitados com voz, chatbots e botões “one-click”.</p>	<p>Disponibilize mecanismos para comprar e pagar em qualquer lugar de forma conveniente e segura durante toda a jornada do cliente.</p>

		<p>políticas de devolução explícitas e fáceis de gerir.</p>		
<p>Check-out sem esforço</p>	<p>O self-checkout é o principal método de checkout sem caixa atualmente em uso, mas esses tipos de sistema normalmente exigem mais espaço do que a maioria dos comerciantes deseja dar aos checkouts, e o acompanhamento de vendas / stock não é perfeito, já que os consumidores fazem eles próprios o check-out.</p>	<p>O checkout sem caixa automatiza a criação da cesta de vendas e pode executar o pagamento do consumidor sem o scanning de artigos / produtos, como nos métodos tradicionais de checkout.</p>	<p>IoT, visão computacional (câmaras e análise de vídeo), IA, aplicações de fidelidade, gestão de stocks e controlos de auditoria;</p>	<p>O checkout sem caixa permite o checkout automatizado baseado em visão computacional e "leituras" baseadas em sensores do produto na "cesta" do consumidor, libertando espaço para vender mais mercadorias e acelerando o processo de compra através da visita à loja sem atrito.</p>
<p>Pagamentos de última geração</p>	<p>Os processos de pagamentos exigem uma variedade de parceiros, processos internos e externos, aderência à conformidade com a PCI e requisitos de PIP (Personal Independence Payment), além de serem</p>	<p>Fornecer aos clientes de retalho uma variedade de opções de pagamento eletrónico - móvel, digital, one-click, e processos de cartão-presente e cartão-não-presente - que tornam os pagamentos convenientes,</p>	<p>Mobilidade, nuvem, autenticação multi-fator, autenticação biométrica, APIs, aplicações móveis, dispositivos móveis, dispositivos de pagamento, aplicações digitais on-click, managed services, e testes</p>	<p>Os pagamentos de última geração permitem que o cliente pague a qualquer pessoa, de qualquer lugar, a qualquer momento, de forma contínua, segura e privada. Os comerciantes envolverão o consumidor digital com pagamentos</p>

	<p>dispendiosos de operar e manter quando são necessárias mudanças.</p>	<p>seguros, privados e simples na jornada do cliente.</p>	<p>de conformidade com PCI e PiP.</p>	<p>contínuos na jornada de cliente, potenciando a identificação biométrica e multi-fator como o principal mecanismo digital de pagamento de mercadorias, eliminando barreiras físicas e permitindo que os bens sejam comprados reduzindo cada vez mais a complexidade no momento da compra.</p>
--	---	---	---------------------------------------	---

Execução Inteligente de Pedidos

À medida que as expectativas dos clientes evoluem para uma experiência sem atritos, em qualquer lugar e a qualquer momento, os retalhistas devem responder com uma recolha, gestão e cumprimento rápido e eficiente de todos os pedidos. Os retalhistas devem otimizar os custos e a capacidade de pedidos, o risco de stock, o atendimento ao cliente e stocks da rede de abastecimento, coordenando os fluxos de trabalho entre os pedidos e a produção de produtos (build-to-order). A Execução Inteligente de Pedidos alavancará a Inteligência Artificial (IA), facilitando pedidos order-to-order, make-to-order ou Shiv-to-order, otimização da cadeia de abastecimento e processos de decisão de colaboradores.

À medida que os processos e políticas de devolução mudaram para se adaptarem às necessidades do consumidor Omni-canal, tornou-se absolutamente imperativo a implementação de processos para recolher, classificar e redistribuir ou devolver os produtos. Os processos de logística reversa reduzem as latências e os erros que ameaçam ou reduzem a rentabilidade e otimizam as oportunidades de revenda.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Orquestração e cumprimento de pedidos Omni-canal	Os fluxos de trabalho de recolha, gestão e atendimento, tanto na loja como no atendimento direto, são pouco eficientes e otimizados em função dos custos de pontos de entrega, disponibilidade de colaboradores, restrições de capacidade de armazenamento, predefinições de controlo de sistemas baseados em regras e que não operam em inventário permanente. A capacidade de atendimento	A recolha, gestão e atendimento, tanto na loja como no atendimento direto, é rápida e eficientes para otimizar a rentabilidade, o custo e a capacidade de atendimento, o risco de stock. A recolha de pedidos está ligada aos processos de reabastecimento garantindo a melhor otimização.	Nuvem, nuvem de indústria, IoT, análise prescritiva de tradeoff, IA, aprendizagem de máquina e blockchain.	Use analítica de dados em tempo real e contextualizados e dados selecionados de rede para antecipar e balancear o atendimento direto ao cliente e o atendimento de pedidos em loja para garantir os níveis de atendimento ao cliente com um menor custo total.

	<p>logístico é atribuída após a recolha do pedido. O planeamento de reabastecimento é pouco eficiente e existem desalinhamentos frequentes do inventário com a procura.</p>			
<p>Produção JIT</p>	<p>O planeamento e programação ("locked and loaded") da procura e produção de produtos acabados são baseadas em previsões de baixa qualidade, pouco flexíveis, limitadas, dispendiosas e sem capacidade de antecipar as necessidades de recursos, levando a tempos de resposta excessivos e incumprimento de compromissos.</p>	<p>O processo de resposta a pedidos capacitado por IA permite a otimização dos stocks, gestão do risco de obsolescência, redução dos custos de envio e dos riscos relacionados com a produção.</p> <p>Uso de configurações JIT e produção aditiva (rede de impressão 3D e materiais avançados) que se adapta às oscilações sazonais ou do ciclo de vida do produto na procura agregada.</p>	<p>Nuvem, “nuvem de indústria”, IoT, análise prescritiva de tradeoff, IA, aprendizagem de máquina, blockchain, impressão 3D e virtualização e personalização de produtos 3D.</p>	<p>Abordar o crescente desafio de responder à procura de produtos "long-tail" e “low-volume”, alta volatilidade, configuráveis, a um menor custo, para responder aos níveis de serviços acordados com os clientes.</p> <p>Adicionalmente, permita a customização orientada ao cliente dos produtos de propriedades físicas e digitais.</p>
<p>Gestão de stock em tempo real</p>	<p>Existem dados de estado e condição de</p>	<p>Existem compromissos antecipados de</p>	<p>Nuvem, “nuvem de indústria”, IoT, análise</p>	<p>Existem visibilidade em tempo real do</p>

	<p>stocks mantidos em sistemas separados de logística e compras com capacidade limitada de gerir o stock de forma rápida, tendo em função o potencial de receita e os custos de oportunidade para responder aos pedidos em loja ou direto do cliente.</p>	<p>stock com base na visibilidade em tempo real do estado lógico (i.e., stock de segurança) e físico em relação aos pedidos e previsões, estando visível em todos os canais, dispositivos e para todos os responsáveis pelo suporte ao abastecimento.</p>	<p>prescritiva de tradeoff, IA, aprendizagem de máquina, blockchain, aplicações de gestão de inventário e dispositivos móveis</p>	<p>stock de produtos em lojas / físicas e virtuais, capacitada por IoT e relacionamentos de fornecedores colaborativos. Isso melhora os níveis de atendimento de orquestração e atendimento de ordens omi-canal e o retorno do investimento em stock</p>
--	---	---	---	--

Experiências de Realidade Aumentada / Virtual (AR/VR)

À medida que cresce o interesse na realidade virtual (VR) e a realidade aumentada (AR) têm sido desenvolvidos novos casos de uso, estando ainda numa fase inicial na indústria do retalho. Exemplos de casos de uso de AR / VR podem ser encontrados em vários segmentos de retalho, nomeadamente mobiliário doméstico, casa e jardim, artigos desportivos, joias, roupas e acessórios. Experiências ampliadas e virtuais podem ser instanciadas em ambientes físicos para os clientes - por exemplo, adaptação virtual, combinação de produtos e design e mobília. Mas o AR / VR também pode ser aplicado à gestão de stock, processos de atendimento ou para treino de colaboradores. Também a pesquisa visual permitirá que os clientes usem a imagem de um produto para pesquisar outros produtos semelhantes. A promessa de proporcionar experiências mais imersivas levará a uma adoção cada vez maior deste tipo de tecnologias.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Ligação virtual e aumentada	VR, AR e gamificação são incipientes e inconsistentes, com poucos pilotos demonstrando tração e resultados. Os pilotos são isolados e não consideram a jornada do cliente e as estratégias de Experiência de Cliente.	AR e VR, podem criar novos caminhos multissensoriais para explorar produtos e serviços e experimentá-los em diferentes contextos. Os exemplos incluem vestuário de moda (aparência e tamanho), mobiliário doméstico (layout e configuração) e comida (receitas e menus). Pode economizar tempo e dinheiro do cliente, mas mais importante, criar experiências ricas e contextualizadas que "explicam e descrevem" o valor e os usos	AR / VR, vários dispositivos digitais e móveis, IoT, aplicações móveis e aplicações de fidelização.	O uso de AR / VR durante a jornada do cliente aprimora a experiência do cliente em toda a jornada, desde a descoberta, compra e uso.

<p>Experiências de produtos conectados digitalmente</p>	<p>As interações conectadas são limitadas e envolvem vários formulários. Electronic Shelf Label (ESL) estão disponíveis em alguns locais. Existem prateleiras inteligentes, salas de montagem, vídeo avançado e AR / VR principalmente em pilotos.</p>	<p>dos produtos.</p> <p>Permita que os clientes visualizem diferentes opções de roupas e acessórios, acessem a informações do produto e comuniquem com os vendedores parceiros. Também forneça aos clientes a opção de iniciar e concluir a compra dentro do provedor.</p>	<p>Espelhos inteligentes, AR / VR, redes de lojas, WiFi / LiFi, aplicações móveis para o consumidor, comércio omni-canal e RFID</p>	<p>Existem aplicações móveis, salas de prova inteligentes e códigos de produtos digitais que, quando preparados para AR / VR, oferecem aos clientes uma experiência interativa que informa sobre a satisfação com a compra e o uso.</p>
<p>Descoberta aumentada e visual do produto</p>	<p>O uso de pesquisa visual de AR / VR está em piloto, antecipando a aceleração para 2017-2020. As tecnologias de "visão de máquina" e descoberta de atributos estão a ganhar maturidade rapidamente.</p>	<p>Use a pesquisa visual com descoberta visual de atributos para criar mais resultados de pesquisa no destino, permitindo que o cliente descubra outros produtos com base na aparência e complementado por materiais, construção, design e assim por diante. As imagens tornam-se o termo de pesquisa dominante suportado pelo</p>	<p>AR / VR, aplicações de consumidor móvel, SEO, análise avançada de imagem / conteúdo, vídeo, virtualização 3D e renderização realística de fotos.</p>	<p>Expandir as opções do cliente para encontrar produtos onde a imagem é mais familiar ou apropriada para pesquisa e fornecer uma compreensão mais imersiva do uso de produtos na jornada de cliente</p>

		suporte de gestos e toques.		
--	--	-----------------------------	--	--

FIM DO DOCUMENTO