

CONTEÚDO DINÂMICO PME DIGITAL

Estratégias de Transformação Digital na Indústria do Retalho - Gestão do Ciclo de Vida dos Produto Seleccionados (Curadoria)

ID	DATA	TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR
PMED.026	<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

Gestão do Ciclo de Vida dos Produto Seleccionados (Curadoria)

Desenho de Produto Inteligente

O design do produto precisa aproveitar a Transformação Digital, aproveitando as tecnologias de ponta para gerar projetos de produtos no nível de produto e portfólio, mais próximos de como os produtos e portfólios aparecerão para os consumidores. Incorporar o feedback do cliente em recursos e funções projetados antes que os produtos atinjam a fase final do projeto aumenta a satisfação do cliente. Os retalhistas que incorporam o design inteligente de produtos em suas cadeias de valor e podem usar o design de produto inteligente para responder a curto prazo aos requisitos do cliente alcançarão maior satisfação do cliente.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Desenho e revisão de produtos 3D	Os produtos são projetados e revistos principalmente em contexto 2D, mas há uma capacidade mínima de imaginar como o	Melhore as taxas de sucesso do desenvolvimento de produtos e reduza as latências de desenvolvimento e de terceirização de produtos,	IoT, AR / VR, PLM, planeamento de linha, planeamento de escolha 3D, espelhos inteligentes, visualização 3D e	Crie, planeie e produza novos produtos que atendam às necessidades do consumidor, aumentando assim o sucesso do produto e as

	<p>material acabado realmente se parece a forma de como os materiais irão cair / fluir. Os atuais processos de amostragem dificultam o rápido desenvolvimento e o fornecimento de produtos.</p>	<p>visualizando e projetando, de forma colaborativa, produtos em amostragem realística de velocidade 3D, processos de aprovação de requisitos de produtos, aproveitando a revisão de produtos 3D.</p>	<p>ferramentas de renderização;</p>	<p>taxas de venda e reduzindo as latências e os custos, permitindo a visualização 3D no processo de projeto e aprovações do produto e da variedade.</p>
<p>Ideação e inovação <i>crowdsourced</i></p>	<p>Os sistemas desconectados limitam a ideação e as oportunidades de colaboração social e digital.</p>	<p>Alivie as lacunas de comunicação e incentive a colaboração e o feedback em tempo real sobre os conceitos de design antes que eles sejam colocados em produção em fóruns de partilha em comum.</p>	<p>Ferramentas de nuvem, mobilidade, análise de sentimentos sociais e crowdsourcing</p>	<p>Alcance índices de sucesso de produtos mais altos, permitindo que consumidores, designers e fornecedores se comuniquem e colaborem proactivamente em ideias de produtos para responder melhor o público-alvo.</p>

Variedade e Posicionamento dos Produtos Selecionados (Curadoria)

As considerações financeiras e de produtos geralmente predominam nas decisões de variedade e categoria, com a alocação de espaço geográfico, o custo fixo para a prateleira e as táticas de Pricing e promoção do ciclo de vida ficam em segundo plano. Ao mesmo tempo, as alocações de capital de giro costumam ser feitas dentro de categorias, e não entre elas, e muitas vezes são desconectadas das estratégias de corredor intermináveis on-line. Com a variedade e o posicionamento de produtos selecionados, os retalhistas experientes gerenciar as variedades e categorias como portfólios de ciclos de vida de produtos e gerenciarão ativamente portfólios como ofertas multifacetadas, inclusive de produto, preço, promoção, posicionamento e atributos de proximidade otimizados localmente para segmentos de compradores. Com a IA e a visibilidade em todo o mercado dos produtos e preços dos concorrentes, a Pricing e promoção do ciclo de vida e a Pricing dinâmico surgirão como apostas em termos de rentabilidade.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Otimização de Variedade	<p>A escolha e categorização dos produtos tem em consideração as restrições do macro-espaço e só depois de micro-espaço, como o custo na prateleira e táticas de preço alinhadas com o ciclo de vida do cliente.</p> <p>A alocação de recursos é feita ao nível da loja, não existindo uma ligação entre as estratégias de corredor e o on-line.</p>	<p>A escolha e categorização de produtos são geridas como portfólios alinhados com o ciclo de vida de ofertas multifacetadas, inclusive de produto, preço, promoção, posicionamento e atributos de proximidade baseados nos corredores, existindo um alinhamento lojas e canais digitais. A localização dos produtos é baseada em propensões de compra de segmentos de compradores. O espaço é otimizado para desempenho</p>	<p>Nuvem, “nuvem de indústria”, análise de compensações prescritivas, IA visual, IoT, perceções preditivas de personalidade e raciocínio por meio de conteúdo competitivo e de mercado.</p>	<p>Transforme o planeamento, a compra, o preço e a alocação de produtos para otimizar continuamente o portfólio de investimentos em procura de mercadorias e de procura.</p>

		financeiro e custo de fornecimento.		
Análise de sentimentos	Existe uma análise esporádica do sentimento na gestão do ciclo de vida da mercadoria e, tipicamente, aplicada a temas temáticos e de campanha, e não a estilos e produtos.	Levar as preferências, experiências e expectativas do consumidor para a oferta de produtos através da análise de conteúdo social escrito e visual e pesquisa de consumidor gamificada capacitada por IA para melhorar o retorno do investimento em mercadoria com ofertas on-line.	Nuvem, “nuvem de indústria”, análise de sentimentos, percepções preditivas de personalidade, análise visual de IA, aprendizagem de máquina e raciocínio por meio de conteúdo competitivo e de mercado.	Melhore os resultados do ciclo de vida do desenvolvimento e estratégias de oferta de variedade de produtos com a introdução oportuna de mais estilos e características do produto.
Otimização de preços no ciclo de vida	Existem reduções temporárias de preços (TPRs) no início de estação, meia estação e em momentos específicos do calendário e saldos no fim de estação normalmente definidos por regras de negócios. Existe também um uso limitado de preços otimizados baseados em ciência. Todos os métodos de	Desenvolva, monitore e corrija as estratégias e táticas de pricing para otimizar as compensações entre os objetivos financeiros, de stock, de preço e de comportamento do cliente, a fim de alcançar os objetivos de item, categoria, loja e omni-canal. Aplique previsão, otimização e definição de regras com base	Planeamento de variedade ativado por IA, previsão capacitada para ML, ciências de otimização e IA NLP para classificação	Adote uma abordagem holística para definir os preços ao longo de ciclos de vida de mercadorias e variedades e em mercados e canais para atingir objetivos de negócios.

	<p>preços são prejudicados pela visibilidade limitada dos preços dos concorrentes. Os preços otimizados muitas vezes quebram a imagem de preço e criam uma corrida à baixa de preço.</p>	<p>científica às decisões. Adquirir e obtenha dados sobre preços e atributos de produtos e dados da concorrência. Modele os comportamentos do cliente em função do seu universo comercial.</p>		
<p>Pricing dinâmico</p>	<p>A Amazon e os comerciantes omni-canal re-otimizam dinamicamente os seus preços on-line em função das táticas dos concorrentes, dos seus próprios stocks e métricas de venda por distribuidores e das condições gerais do mercado.</p> <p>A eficácia depende de dados de mercado de alta qualidade e re-otimização em tempo real.</p> <p>Os comerciantes que não têm esses recursos sofrem erosão de receita, margem,</p>	<p>Melhore a receita e a margem de negócio digital através da monitorização de movimentos dinâmicos de preços por produto, classe e concorrente e definindo cadências de re-pricing e outras regras de negócios e aplicando a ciência da otimização como segunda etapa.</p>	<p>Nuvem, “nuvem de indústria”, aprendizagem de máquina, ciência preditiva e de otimização e processamento de linguagem natural para ingerir e filtrar dados competitivos.</p>	<p>Garantir que os preços do comércio eletrónico atendem continuamente às condições competitivas e de mercado para alcançar a posição de preço desejada (por exemplo, valor, paridade e prémio)</p>

	vendas e imagem de preço.			
--	------------------------------	--	--	--

Inovação de Produto

Atualmente, os retalhistas estão tendo que gerir cada vez mais a complexidade da variedade de produtos e precisam gerir variedades de produtos de uma cadeia de valor em expansão, gerenciando o fornecimento de produtos que leva em conta decisões multidisciplinares e investimentos durante o ciclo de vida de cada produto. A análise de clientes e produtos está cada vez mais relacionada diretamente com as decisões de desenvolvimento e variedade de produtos. Com as cadeias de valor expandindo e tendo que responder mais rapidamente, as informações devem ser compartilhadas entre as equipas de desenvolvimento e em toda a cadeia de valor. A Transformação Digital permitirá uma fonte da verdade para especificações técnicas de elementos de design acessíveis por todas as partes envolvidas no projeto e no fornecimento.

Caso de Uso	Situação Atual	Objetivos	Tecnologias utilizadas	Sumário do Caso de Uso
Redes B2B / Marketplaces	Os comerciantes compram aos fornecedores com base em experiência histórica, padrões e processos de licitação padrão, nem sempre digitais.	Crie uma rede mais ampla para identificar produtos e fontes de produtos que aumentem a variedade do produto nas métricas certas (custo, qualidade e níveis de serviço).	Redes B2B, catálogos de sourcing, nuvem, aplicações móveis e ferramentas de colaboração social.	Crie acesso digital a uma rede mais ampla de fornecedores, possibilitando processos de licitação mais competitivos e tomadas de decisão de fornecimento mais eficientes.
Gestão de ciclo de vida de produtos digitais	As informações de desenvolvimento de produto são armazenadas com cada design, mas nem sempre estão acessíveis fora da equipa principal de desenvolvimento.	O objetivo é ter uma única fonte de planos de desenvolvimento de produtos, especificações técnicas e imagens acessíveis por todas as partes envolvidas no projeto e fornecimento de produtos.	Product lifecycle management (PLM), gestão de conteúdo digital, nuvem, móvel, colaboração social e visualização 3D.	Melhore as métricas de desenvolvimento de produtos fornecendo uma plataforma comum para o planeamento de produtos, gestão e aprovações de requisitos e conteúdo digital que permita a gestão de colaboração e fluxo de trabalho em relação a uma única fonte da verdade.

<p>Gestão global de conformidade de requisitos de produtos</p>	<p>A conformidade dos requisitos do produto não é, em grande parte, um exercício digital, e as auditorias individuais são concluídas por localização e periodicamente.</p> <p>A informação está disponível, mas é utilizada de forma inconsistente.</p>	<p>Padronize as expectativas, o rastreamento e os requisitos dos produtos num só lugar. Forneça acesso centralizado consistente a informações e execute automaticamente processos e relatórios de conformidade para garantir que os padrões de qualidade sejam mantidos.</p>	<p>Rastreabilidade, IoT, validação de cadeia de fornecimento digital e carimbos de tempo e redes B2B</p>	<p>A melhoria da qualidade do produto e a redução do risco do produto através da execução consistente de padrões através da aplicação de processos e capacidades digitais garantem a conformidade e a acessibilidade da informação.</p>
---	---	--	--	---