

# Inovação em tempos de mudanças

Como acelerar a digitalização do seu varejo

Capgemini 





# Isso também vai passar...

Muitos acontecimentos marcaram a economia do Brasil e do mundo. Apesar disso, o varejo sempre resistiu e transformou dificuldades em oportunidades de reinvenção de modelos de negócios, novas formas de relacionamento com clientes, etc.





# Todo varejista enfrentará desafios. Você está preparado para lidar com eles?

25%

das empresas estão preparadas para enfrentar um desastre natural, como um terremoto ou furacão.

42%

das companhias não tem planos de transformação digital para seu negócio.

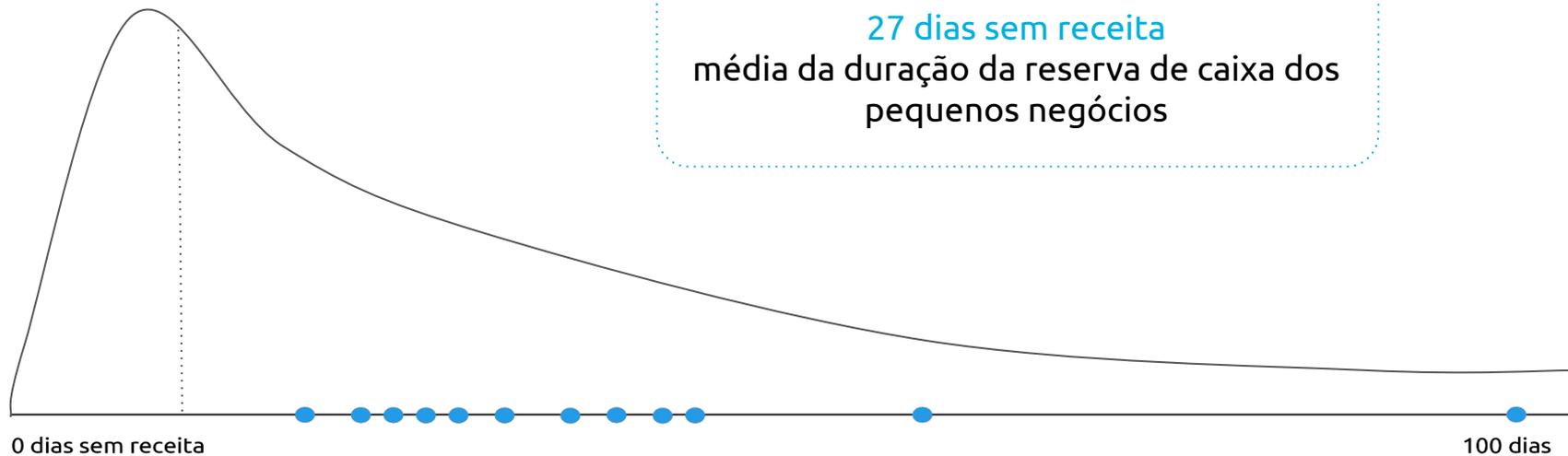
91%

dos executivos estão alinhados com o que significa transformação digital, mas apenas 4% aplicam metade de seu investimento digital em menos de um ano.

Fontes: Commvault e Wiprodigital

# Sem receita, quantos dias cada negócio pode aguentar?

27 dias sem receita  
média da duração da reserva de caixa dos  
pequenos negócios



0 dias sem receita

100 dias

16 DIAS

18 DIAS

19 DIAS

20 DIAS

21 DIAS

23 DIAS

28 DIAS

30 DIAS

32 DIAS

33 DIAS

33 DIAS

47 DIAS



RESTAURANTES



REPAROS E  
MANUTENÇÃO



ROUPAS



CONSTRUÇÃO



SERVIÇOS  
PESSOAIS



VENDAS  
EM GERAL



METAIS E  
MAQUINÁRIO



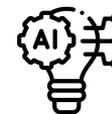
SERVIÇOS DE  
SAÚDE



MANUFATURA  
DE ALTA  
TECNOLOGIA



PROFISSIONAIS  
LIBERAIS



SERVIÇOS DE  
ALTA  
TECNOLOGIA



SETOR  
IMOBILIÁRIO



# A fusão entre varejo e tecnologia

Caixa registradora, leitor de código de barras, sistema de gestão, cartões de crédito, e-commerces... a tecnologia sempre esteve ao lado dos varejistas nos momentos de grande crescimento e inovação.



Para os consumidores, comodidade **(84%)** e economia de tempo **(83%)** são os principais benefícios da tecnologia aplicada no varejo.

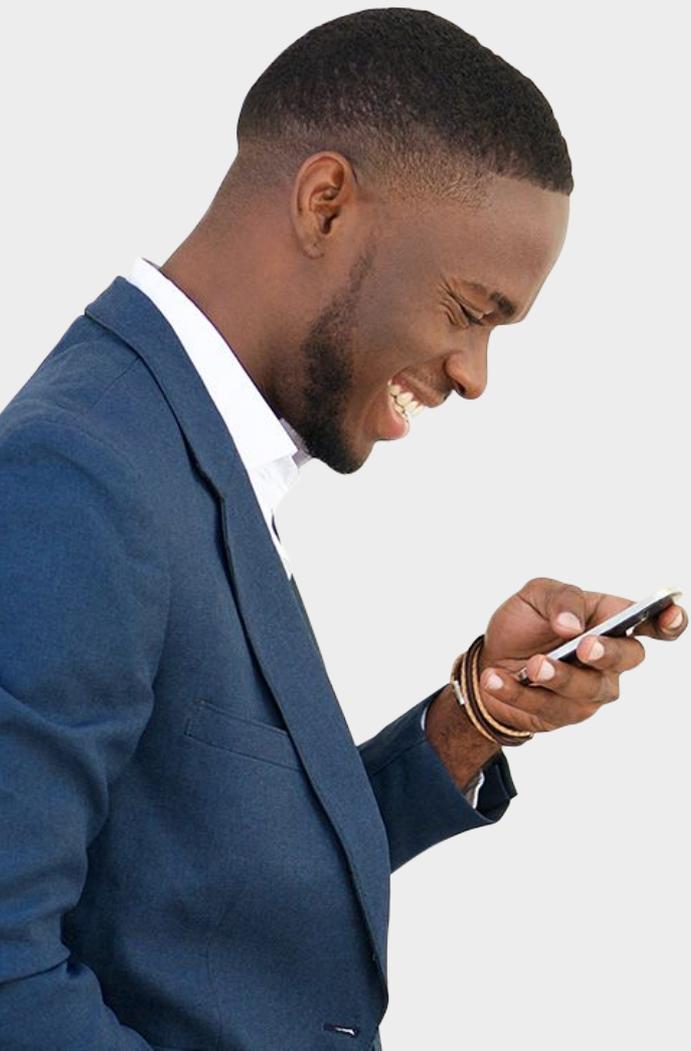


No Brasil o número de pedidos online passou de **111** milhões, um recorde



**36%** da população brasileira é digital buyer, a maior da América Latina

Fontes: High Tech Retail, do Grupo Croma, e Webshoppers, da Ebit



Tendências



## Utilização de serviços de entrega

Os serviços de delivery como Rappi, Uber Eats e Ifood estão em constante crescimento no Brasil. Além de gerar comodidade, são plataformas responsáveis por fechar o elo entre varejistas e seus respectivos clientes. Se em 2019 o setor faturou R\$15 bilhões, um aumento de 20% em relação a 2018, as expectativas para 2020 é atingir R\$18 bilhões.

Uber  
Eats

ifood

Rappi



## Intensificação da presença online da marca

Os desafios do dia a dia mostram que nenhuma marca pode ficar fora do mundo digital, já que 74% dos consumidores brasileiros preferem comprar online. Não basta só ter um e-commerce; é preciso ter uma estratégia digital que ligue todos os canais de contato com seu consumidor.

Fontes: Abrasel e NZN Intelligence



## E-commerce se torna o principal canal para obter suprimentos básicos

A venda de perecíveis é a última fronteira a ser desbravada no e-commerce. Os grandes desafios são ter uma busca alinhada ao estoque da loja física, garantir uma entrega com qualidade e oferecer uma experiência de navegação excelente ao consumidor.

Nos Estados Unidos, a estimativa é que as vendas mais que quadrupliquem até 2023, já que o uso de smartphones aumentou e a interface entre website e apps foi aperfeiçoada.



## Compra via app PWA\* na loja física

Muitos varejistas tem usado aplicativos móveis para facilitar o processo de compra e pagamento dentro de suas lojas físicas. Essa tecnologia ajuda o seu consumidor a ter uma experiência mais ágil e segura, sem filas, sem mexer na carteira e sem contato físico com outras pessoas.

\* Progressive Web App

Fonte: Packaged Facts



## Conversational Commerce

O e-commerce conversacional promete alterar as relações entre consumidores, marcas varejistas e fabricantes. As compras por voz devem saltar para **U\$40 bilhões até 2022**, saindo dos U\$2 bilhões atualmente. Além disso, **41% dos consumidores preferem um assistente de voz digital** em um site ou aplicativo, porque os ajuda a automatizar suas tarefas rotineiras de compras. Para varejistas e fabricantes de bens de consumo, temos uma nova oportunidade com o desafio de desenvolver e estabelecer uma afinidade cada vez maior entre a marca e os consumidores.

Confira um [estudo completo](#) sobre o tema, feito pela Capgemini



## Realidade aumentada e virtual

Novas interfaces de atendimento e relacionamento com o consumidor apoiam os varejistas no layout de lojas, experimentação de produtos e no design de displays promocionais. Isso aumenta o nível de engajamento entre a marca e seu consumidor, já que, atende as mudanças de comportamento de compra dos consumidores e amplia a diversidade de canais digitais para compra.

Fonte: Capgemini



# Inspire-se



# Revolucionando o universo dos brinquedos

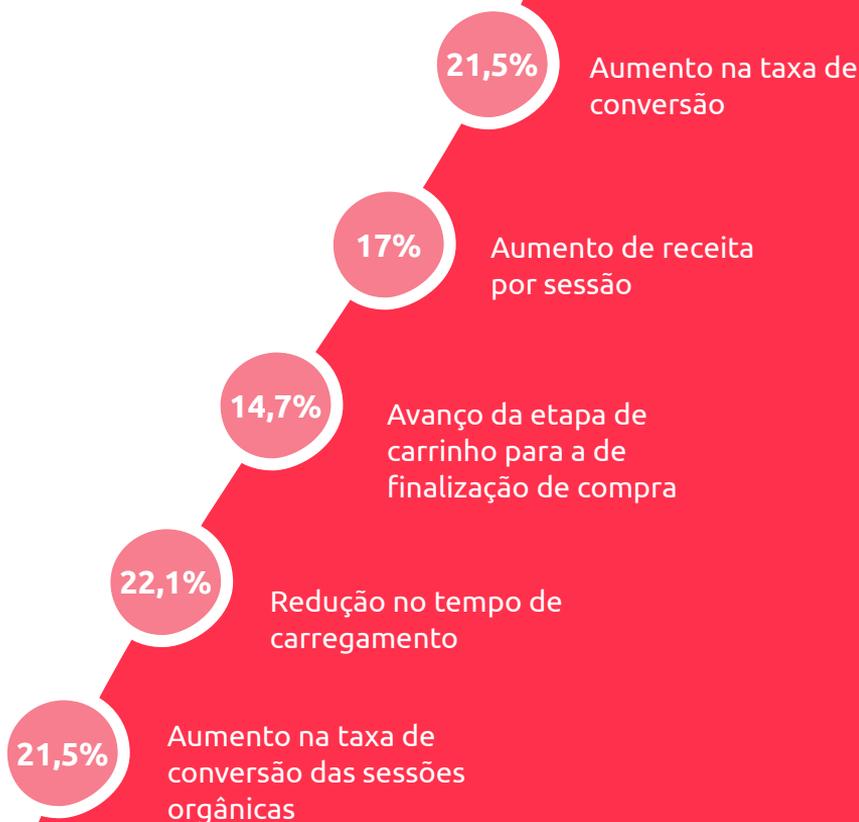
## RiHappy

### Sustentação de e-commerce

A RiHappy, maior loja de brinquedos do Brasil, já possuía um e-commerce estável. Visando aperfeiçoar seu canal de vendas, buscou aplicar uma **estratégia omnichannel**.

Para isso, foi preciso redesenhar toda a **experiência do usuário**, testando e aplicando novos layouts em seu site e unificar seus estoques das lojas físicas com o do e-commerce para proporcionar uma **experiência click & collect**.

Além disso, diante do fechamento das lojas físicas por causa do Covid19, a marca criou a campanha **Chame a diversão para dentro de casa**, e possibilitou realizar compras por Whatsapp com entrega via delivery.





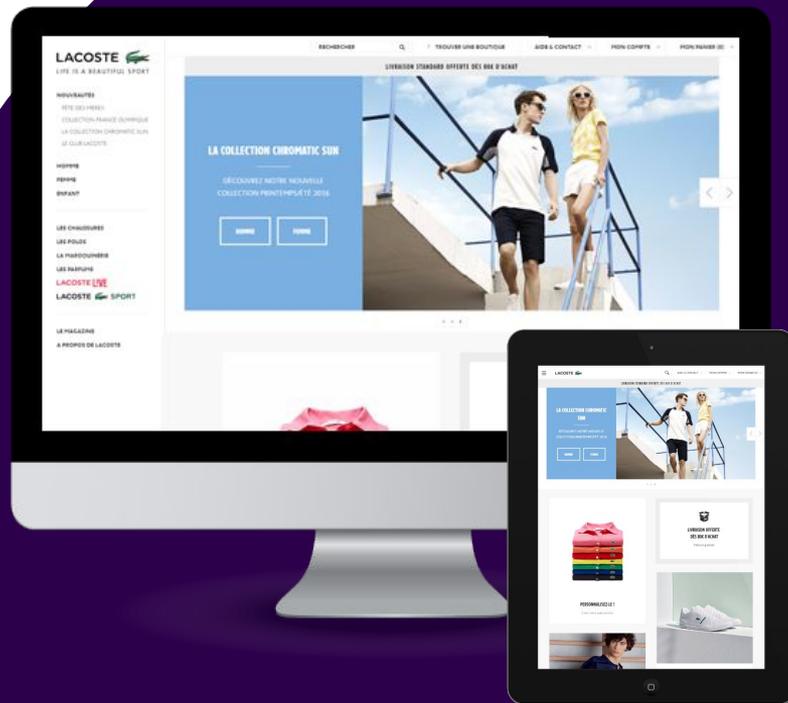
# Inovando com a moda

## Lacoste

### Desenvolvimento de e-commerce

A Lacoste, marca de vestuário de luxo, buscava soluções para inovar e oferecer a melhor experiência para seu consumidor. Para isso, realizou a **digitalização do seu PDV** com o desenvolvimento do **tablet do vendedor** e adotou soluções **omnichannel** com o novo e-commerce e CRM integrados.

Assim, o relacionamento com o cliente é otimizado e ele pode viver a mesma experiência entre a loja física e a online.





# Acelerando uma experiência de supermercado

## Iceland

### E-commerce B2C

A Iceland Foods é uma cadeia internacional de supermercados e pioneiro na solução de comércio unificado para Grocery.

Com a implementação de soluções Salesforce B2C para o comércio e para atendimento ao cliente, lançou um novo site com uma experiência de usuário premiada e com infraestrutura de entrega a domicílio.





# Mundo doce e conectado

## Grande empresa alimentícia brasileira Integração e-commerce x lojas físicas

Referência em chocolate no Brasil, a marca se encontrou em uma difícil situação com todas as suas lojas físicas fechadas. Como ajudar os franqueados a não perderem as vendas dessa época?

A solução foi a integração entre o e-commerce e as lojas físicas, colocando as mesmas para realizarem as entregas dos pedidos realizados pela loja online em localizações com um raio de 50 km de distância da loja. Toda essa integração foi realizada em uma semana.



Aumento na taxa de conversão



Aumento nas sessões em um mês



Aumento de pedidos comparado ao mês anterior



Aumento na receita em um mês



# Entenda e acompanhe seu consumidor

## Unilever

### Criação de um People Data Centre

Para gerar compreender melhor o perfil do seu consumidor, a Unilever planejou um banco com dados de seus consumidores ao redor do mundo.

Através desse banco é possível entender o comportamento, os hábitos e traçar novas tendências e estratégias de negócio. As informações são retiradas de relatórios de e-mail marketing, redes sociais, comportamento no site e compras realizadas nos e-commerces do grupo.

+20

Ferramentas de Inteligência Artificial

500 mil

posts de redes sociais processados

+100 mil

fontes de dados integrados

30

países envolvidos

E você, tem alguma inspiração de inovação?  
Compartilhe conosco para deixarmos esse material mais rico e  
ajudarmos outras empresas a serem inovadoras.

#StrongerTogether





People matter, results count.

Esse documento contém informações que podem ser privilegiadas ou confidenciais e é de propriedade do Grupo Capgemini. Copyright © 2020 Capgemini. Todos os direitos reservados.

Rightshore® é uma marca registrada da Capgemini



## Sobre a Capgemini

Um dos líderes globais em consultoria, serviços de tecnologia e transformação digital, a Capgemini se mantém na vanguarda da inovação, para apoiar seus clientes, de maneira abrangente, em oportunidades de nuvem, tecnologias digitais e plataformas. Com base em nosso sólido patrimônio de 50 anos e no profundo conhecimento específico em indústrias, apoiamos organizações na concretização de suas ambições de negócios, por meio de uma completa gama de serviços que cobrem desde a estratégia até a operação. A Capgemini tem a convicção de que o valor da tecnologia para os negócios vem das pessoas e por meio delas. Somos uma empresa multicultural de quase 220 mil profissionais em mais de 40 países. Em 2019, o Grupo Capgemini reportou uma receita global de 14,1 bilhões de euros.

Saiba mais sobre nós

[www.capgemini.com/br-pt](http://www.capgemini.com/br-pt)

Esta mensagem destina-se apenas à pessoa a quem é endereçada. Se você não é o destinatário pretendido, não está autorizado a ler, imprimir, reter, copiar, disseminar, distribuir ou usar esta mensagem ou qualquer parte dela. Se você receber esta mensagem por engano, informe o remetente imediatamente e exclua todas as cópias desta mensagem.