

ESPAÇOS DE VAREJO INTELIGENTES

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO VAREJO





tabela de **conteúdos**

- 03** – O que o futuro reserva para o varejo dentro da loja?
- 04** – Passos para os Espaços Inteligentes no Varejo
- 05** – PROMOVA: Personalização para o comprador
- 06** – ENCONTRE: Localização e Wayfinding dentro da loja
- 07** – COMPRA: Checkout Eficiente 08-
- 08** – ANALÍTICA: Optimização
- 09** – A Rede Digital de Varejo & Promove-Encontre-Compre
- 10** – Lançamentos Nacionais e Globais de Varejo
- 11** – Lucre com o nosso sucesso

O Que o Futuro Reserva para o Varejo dentro da Loja?

Compras on-line, mídia social e mobilidade estão mudando a Indústria de Varejo. Como os consumidores compram de tudo, de alimentos e roupas a eletrodomésticos e carros, a experiência do cliente está sendo revolucionada pela tecnologia, e as expectativas estão mudando. Em 2015, 205 milhões de americanos fizeram compras on-line - corroendo as receitas nas lojas e mudando o foco do tijolo e argamassa para o crescimento on-line. O impacto das vendas on-line forçou os principais varejistas a anunciar o fechamento de 6 mil lojas em 2016. Esse é o começo do fim do consumismo físico?

85%

dos clientes preferem fazer compras em uma loja física.

Motivo:

- Área de loja atualizada
- Comprar on-line / quiosque, pegar na loja

54%

de varejistas vai competir na experiência do cliente.

Motivo::

- Mobilidade primeiro móvel
- Engajamento do ponto de venda

A resposta é não. Os consumidores ainda preferem fazer compras em uma loja física, mas esperam mais da experiência na loja. A tecnologia digital é a chave para atender a essas expectativas. Em vez de competir com a conveniência e popularidade on-line, os varejistas bem-sucedidos estão reinventando a experiência na loja, permitindo que a tecnologia móvel e digital crie ambientes que atraiam os consumidores para suas lojas. Ambientes físicos de varejo estão se transformando em destinos desejáveis e os Espaços de Varejo Inteligente estão ganhando terreno.

Crie uma transformação digital bem-sucedida na loja.

- Defina o seu Espaço de Varejo Inteligente – Page 04
- Estabeleça uma Rede Digital Pronta – Page 10
- Acelere a Implantação da Solução – Page 12



Passos para Espaços de Varejo Inteligentes

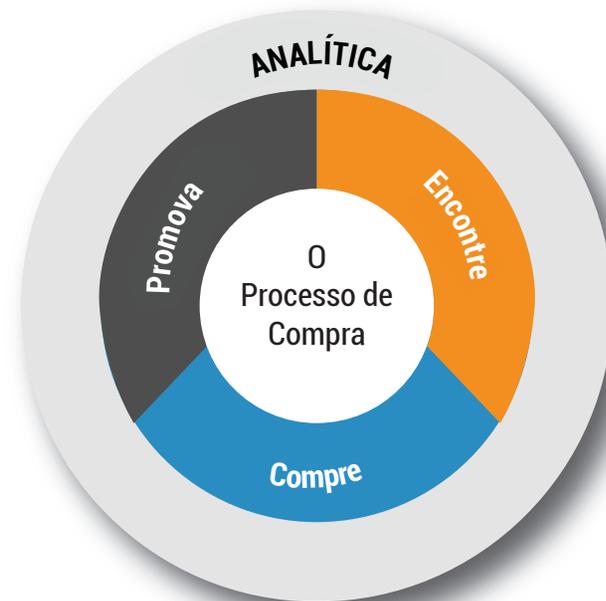


A experiência de compra na loja é composta pelo ciclo Promover-Encontrar-Comprar. Esse ciclo fornece aos varejistas uma estrutura para soluções de tecnologia digital que:

- Aumentam a fidelidade por meio de compras personalizadas
- Melhoram a conversão por meio de mobilidade na loja e wayfinding
- Aumentam a atenção pessoal no ponto de venda

Há três elementos necessários para uma transformação digital na loja bem-sucedida. Os varejistas devem:

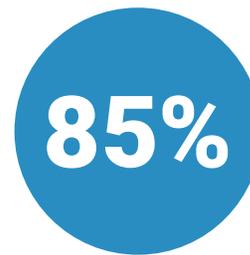
- Definir uma experiência do cliente na loja para Espaços de Varejo Inteligentes
- Estabelecer Redes Digitais Prontas e soluções Promover-Encontrar-comprar
- Acelerar uma experiência de cliente uniforme em todos os locais através de lançamentos



PROMOVA: Personalização para o Comprador



O primeiro passo da transformação digital envolve promoção. Em um Espaço de Varejo Digital, as compras personalizadas criam reconhecimento de marca - envolvendo os clientes e acelerando as compras. Os varejistas inicialmente fornecem cupons em troca de informações pessoais. Essas informações são usadas para criar fidelidade de longo prazo para um local de loja específico por meio de interações estendidas, como recompensas surpresa, ofertas exclusivas, mensagens especiais de aniversário. A oportunidade aqui é grande.



de usuários de celular provavelmente gravam ofertas e cupons personalizados.

ENCONTRE: Wayfinding e Localização Dentro da Loja

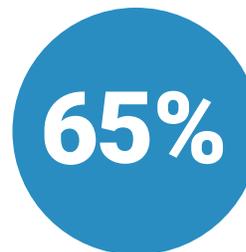


Wayfinding e rastreamento de localização é o segundo passo para habilitar um espaço de varejo digital bem-sucedido. Essas tecnologias estão se tornando uma consideração obrigatória, ao mesmo tempo em que ajudam a melhorar as taxas de conversão de vendas, a satisfação do cliente e as operações das lojas.

Os varejistas entendem a necessidade de segmentar clientes até o nível do corredor. A tecnologia Wayfinding, como os beacons habilitados para localização, inicialmente ajuda a direcionar o cliente para itens específicos, mas pode estender a interação com pontos de interesse, publicidade de proximidade e promoções especiais. Essas táticas levam os clientes a comprar e a voltar.

Além disso, do ponto de vista de Operações, o rastreamento de localização pode:

- Aumentar a receita e otimizar o inventário medindo o tráfego x localização de produtos
- Melhorar a satisfação e eficiência correlacionando as localizações de clientes e funcionários



dos varejistas planejam segmentar clientes até o nível do corredor de prateleiras.

COMPRA: Checkout Eficiente



A etapa final é o Checkout eficiente. O checkout seguro, flexível e conveniente de hoje depende de opções de pagamento confiáveis para smartphones que melhorem a experiência do cliente acelerando a compra, diminuindo o tempo de espera e dando aos vendedores tempo para se envolverem mais pessoalmente com os clientes durante as transações. Essa interação pessoal promove a venda cruzada, fortalece os relacionamentos e melhora a fidelidade à marca.

Check-out flexível também significa segurança. As redes compatíveis com PCI protegem os dados e transações do cliente contra possíveis violações. Além disso, câmeras de segurança baseadas em IP podem ser incluídas para monitorar transações, reforçar a prevenção de perdas e até correlacionar conversões de taxa de entradas versus compras.



O valor do pagamento móvel deve dobrar para US\$19 bilhões até 2018

ANÁLISE: Otimização

Em qualquer Espaço Digital no Varejo, análises dentro da loja em tempo real fornecem informações essenciais necessárias para gerenciar promoções, estoque, melhor atendimento ao cliente, e utilização de sua equipe de forma mais estratégica.



Layout da loja

- Análise de tráfego de pegadas pode identificar quais partes de uma loja experimentam o tráfego máximo e mínimo. Os dados revelam quaisquer gargalos que interrompem o fluxo de visitantes e podem ser usados para melhorar o layout de uma loja.



Marketing e Publicidade

- Contagem de compradores na loja pode melhorar as iniciativas de publicidade, identificando quais exposições ou banners atraem mais tráfego e determinando se os compradores passam olhando vitrinas ou entram na loja.



Pessoal

- Os contadores de pessoas e outras ferramentas de tráfego de pedestres podem ser usadas para identificar horários de pico de tráfego e para apoiar decisões de seu pessoal. Por exemplo, se os picos de tráfego na loja são ao meio-dia, planejando ter mais associados - ou os melhores vendedores - na loja durante esse período ajuda a garantir uma proporção saudável entre a equipe e clientes.



Segurança Suplementar

- Câmeras de segurança IP podem oferecer segurança física aprimorada, mas também podem ser usadas para correlacionar atividades em determinadas áreas da loja para determinar quando os comprimentos de fila e tempos de espera são excedidos.



A Rede Digital de Varejo e Promova-Encontre-Compre

Uma vez definida a experiência do cliente na loja para Espaços de Varejo Inteligentes, a atenção deve se voltar para o alinhamento de soluções com os objetivos de negócios. Embora a tecnologia digital seja necessária para permitir o Espaço de Varejo Digital, a transformação é mais uma jornada do que um destino, e as soluções para Promover-Encontrar-Comprar podem ser implementadas em fases.

Em vez de criar uma solução para compras personalizadas, outra para orientação, e uma terceira para checkouts flexíveis, é melhor começar com uma linha de base - a Rede de Varejo Digital. Com a rede digital pronta, os varejistas podem optar por lançar um, dois ou todos os recursos Promover-Encontrar-Comprar. A Rede de Varejo Digital inclui:

- Redes sem fio e com fio e infra-estrutura para oferecer suporte a mobilidade
- Beacos de Bluetooth Low Energy (BLE) para wayfinding
- Oferecer serviços de operadora para fornecer conectividade à Internet
- Segurança para conformidade com PCI e BYOD visitante / empresa

Essa abordagem sólida e ágil permite que varejistas estabeleçam soluções em um ritmo adequado simplesmente adicionando-as.

Personalização do Consumidor

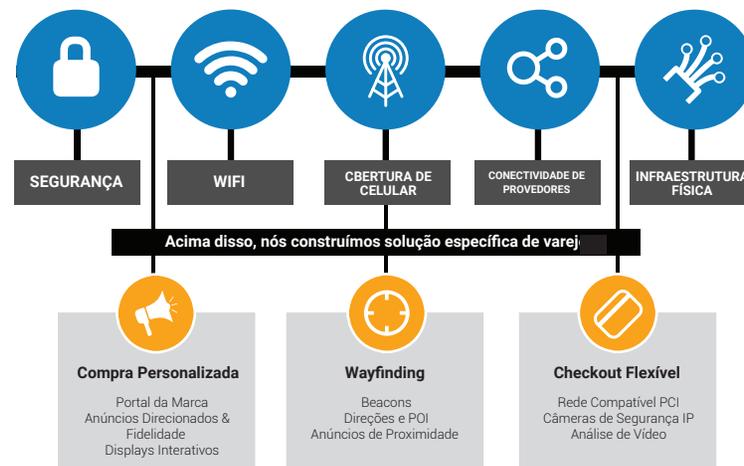
- Adicione um portal simples ou aplicativos avançados, como o Facebook, para anunciar e coletar informações do usuário e apresentar cupons.
- Permitir campanhas de marketing para promover conteúdo programado.

Wayfinding

- Adicionar orientação dirigida por software que permite aos clientes selecionar destinos de 'início' e 'fim' ou posicionamento em tempo real em ambientes fechados com o "ponto azul" em movimento que acompanha as movimentações do cliente pela loja
- Integre aplicativos aos sistemas de inventário para fornecer maior granularidade

Checkout Eficiente

- Adicionar conformidade com PCI a uma rede com fio ou móvel existente.



Algumas perguntas para descobrir onde você está na jornada de Espaços Inteligentes de Varejo

- Pode nossa rede Wi-Fi servir como um meio de geração de receita?
- Podemos envolver todos os tipos de dispositivos móveis de visitantes em nossa loja, independentemente do que eles preferem aplicativos móveis ou comunicações baseadas em navegador?
- Devemos usar um portal para dirigir cupons e campanhas de marketing, ou Facebook, ou uma aplicação?
- Poderíamos direcionar os clientes para um departamento, produto ou ponto de interesse?
- Poderíamos oferecer ofertas aos clientes quando eles estão perto de nossa loja?
- As nossas redes são compatíveis com PCI?
- Nossos clientes se beneficiariam do checkout móvel?
- Temos câmeras de segurança suficientes para adicionar informações de vídeo?
- É a nossa experiência do cliente a mesma em todas as lojas?
- É a nossa equipe de TI centralizada ou distribuída, e quanto tempo leva-nos a implantar novas soluções?

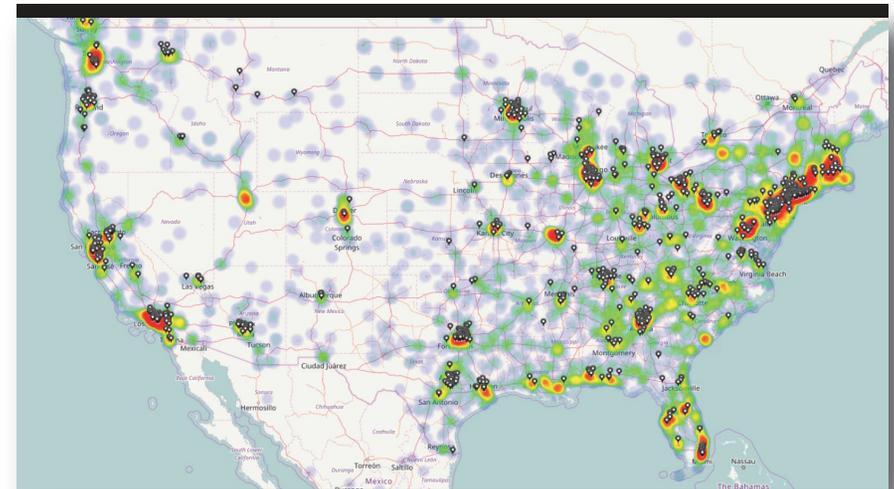
Implementação Nacional & Global de Varejo

O componente final da transformação digital é permitir Espaços de Varejo Digital. Medido em centenas de lojas por dia, não em lojas por ano, lançamentos em todo o país e globais permitem uma experiência de cliente uniforme e rápida em todos os locais.

Os lançamentos bem-sucedidos no varejo exigem um bom design de processo e recursos técnicos certificados para serem consistentes, repetíveis e eficazes.

Uma abordagem de quatro fases para implementações inclui: Planejamento, Gerenciamento de Ativos, Implantação no Local e Suporte Remoto com:

- Comando centralizado e controle habilitado de implementações para serem otimizadas por geografia
- Um processo de avaliação e pesquisa de loja em duas etapas para garantir implantação eficiente em todos os locais com mais de 95% de conclusão no prazo
- Gestão de ativos não varejistas - de preparação e configuração a armazenamento e logística - para liberar espaço valioso em lojas e permitir a entrega just-in-time de equipamentos específicos de lojas
- Padrões uniformes e localização de entregas permitem a uniformidade em todo o país e em todo o mundo
- Suporte remoto por técnicos de produtos certificados para eliminar possíveis problemas



Os lançamentos nacionais e globais são atividades intensivas que exigem experiência exclusivas de IT e banda larga. Um lançamento de varejo digital requer uma estratégia de implementação bem pensada para oferecer uma nova experiência de compra, perceptível e consistente que fará com que os clientes voltem mais vezes.



Black Box tem uma equipe técnica nacional de 2.300 técnicos especialmente treinados para Implementação Global de Varejo.

Lucre Com O Nosso Sucesso



A Black Box é o parceiro digital confiável na transformação de varejo. Ao estabelecer as Redes de Varejo Digital e possibilitar uma nova experiência de Promoção-Busca-Compra, ajudamos os principais varejistas a transformar suas lojas em Espaços de Varejo inteligentes todos os dias. Criar um destino que envolva os clientes, melhore a experiência na loja e feche o ciclo de compras.

Vamos para o futuro juntos.

PARA MAIS INFORMAÇÃO, POR FAVOR CONTATE-NOS NO :
BBOXSERVICES.COM



BBOXSERVICES.COM