

# NRF 2024

Faça acontecer e faça valer a pena!



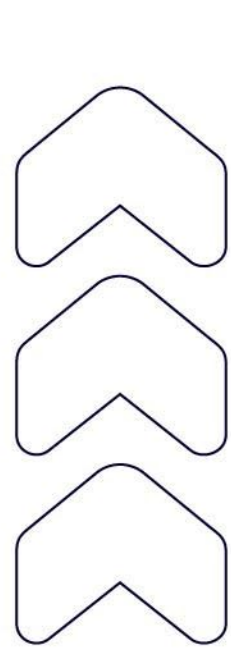
**Sam Walton**

Fundador Walmart e Sam's Club

**“VOCÊ NÃO PODE SIMPLEMENTE CONTINUAR FAZENDO O QUE FUNCIONA UMA VEZ, TUDO AO SEU REDOR ESTÁ MUDANDO. PARA TER SUCESSO, PERMANEÇA À FRENTE DAS MUDANÇAS”**

**TECNOLOGIAS** LIDERANÇA FUNCIONÁRIOS  
 EXPERIÊNCIA DO CLIENTE **DADOS** INOVAÇÃO AGILIDADE GESTÃO  
 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL CONSUMIDOR MARCA  
**NRF 2024** LIDERES CONFORTO  
 CLIENTE SUSTENTABILIDADE TENDÊNCIAS AUTOMATIZADO  
**LOJA FÍSICA** JORNADA DE COMPRA  
**VAREJO** AUTONOMIA COLABORADOR COMPRA

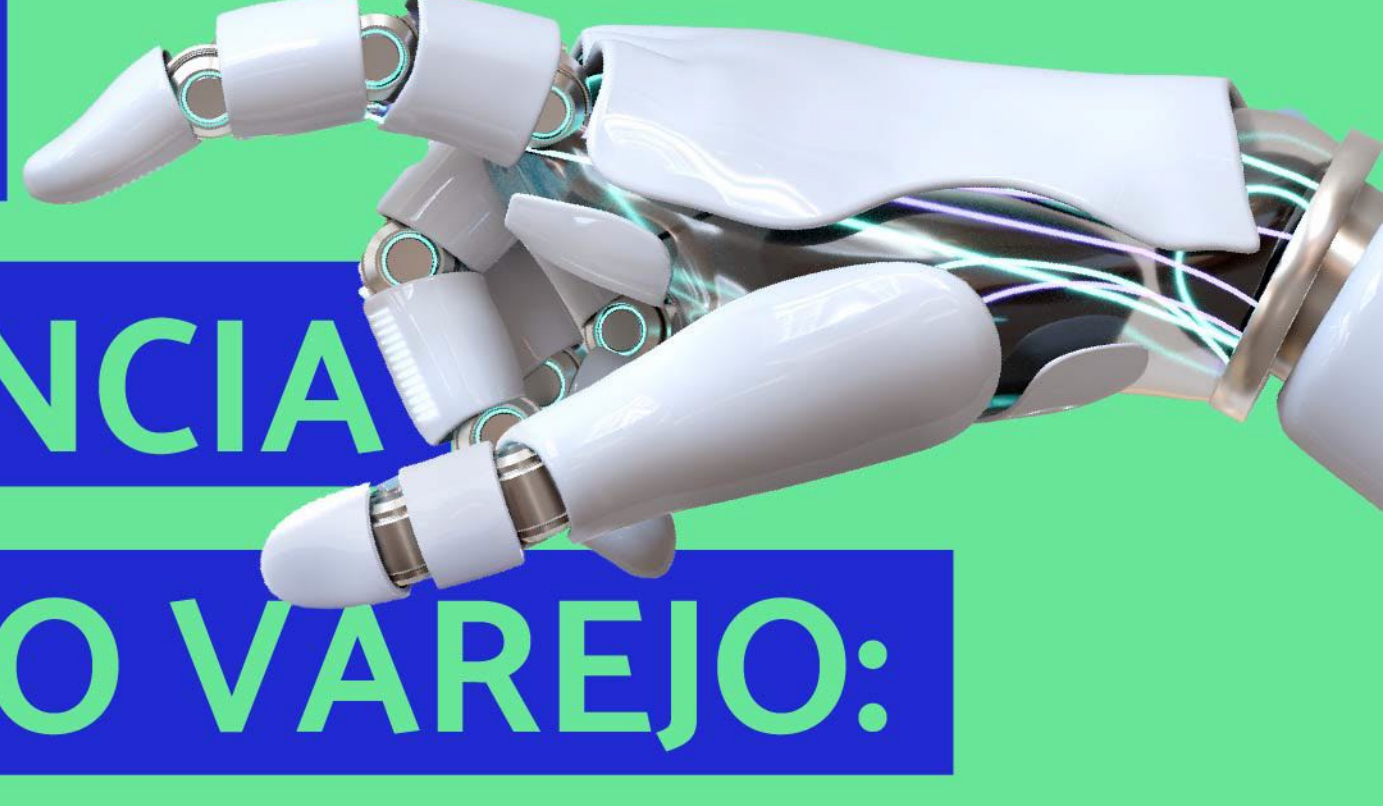
## SUMÁRIO



- A Ascensão da Inteligência Artificial no Varejo:
  - Uma Evolução Constante **01**  
 Clique aqui e vá direto para esse assunto.
- Jornada de Compra:
  - Integrando Experiências On e Off-line **02**  
 Clique aqui e vá direto para esse assunto.
- Elevando a Experiência nas Lojas Físicas **03**  
 Clique aqui e vá direto para esse assunto.
- Cultura Empresarial e Gestão Eficiente: A Chave do Destaque **04**  
 Clique aqui e vá direto para esse assunto.



# A ASCENSÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO VAREJO: UMA EVOLUÇÃO CONSTANTE



Nos últimos anos, a utilização da Inteligência Artificial (IA) no setor varejista registrou um rápido crescimento e espera-se que continue a ser uma tendência em constante evolução.

## IA: UM APOIO PARA EFICIÊNCIA OPERACIONAL

- IA não tem a intenção de substituir postos de trabalho humanos, mas sim de servir como um valioso apoio às empresas.
- Assume tarefas que, anteriormente, poderiam ser desafiadoras sem o suporte da tecnologia.
- Essa colaboração entre humanos e IA potencializa a capacidade das marcas de atingirem novos patamares de eficiência e inovação.

## ANTECIPANDO NECESSIDADES DO CLIENTE: O PODER DA COLETA DE DADOS

- IA é capaz de antecipar as necessidades do cliente através da coleta de dados.
- Os dados alimentam sistemas modernos que atuam na personalização da experiência do consumidor.
- É importante reconhecer que a IA não opera sozinha; ela precisa de informações de qualidade para oferecer resultados eficazes.

## SISTEMAS MODERNOS: Indispensáveis para melhores resultados



A implementação bem-sucedida da Inteligência Artificial está ligada à utilização de sistemas modernos e robustos.

Investir em tecnologias que possibilitam a integração eficiente de dados é crucial para que os dados sejam mais precisos e as informações tenham maior fluidez e rapidez;

resultando os melhores resultados.

A colaboração entre humanos e IA, aliada a sistemas modernos, surgiu como um caminho promissor para melhorar a eficiência operacional e oferecer experiências cada vez melhores e personalizadas aos clientes.

+  
+  
+ +

# 84%\*

\*Pós NRF: Eduardo Terra e Alberto Serrentino.

**dos varejistas brasileiros ainda não aproveitam totalmente os benefícios da inteligência artificial.**

## A IA tem potencial para ser aplicada em várias áreas do varejo, incluindo:

### Gerenciamento de Estoque

Otimização do controle de produtos em estoque.

### Personalização da Experiência do Cliente

Adequação de ofertas e interações conforme as preferências individuais.

### Análise de Dados e Automação de Processos

Processamento eficiente de informações e automação de tarefas.

### Atendimento ao Cliente

Aprimoramento do suporte ao cliente por meio de chatbots e assistentes virtuais.

### Crédito e Cobrança

Avaliação e gestão eficientes de crédito, além de otimização de processos de cobrança.

### Precificação

Definição estratégica de preços com base em dados e análises.

### Promoções e CRM (Customer Relationship Management):

Gestão de promoções eficazes e aprimoramento do relacionamento com o cliente.

### Mídia

Utilização de IA para otimizar campanhas de marketing e publicidade.

## ONDE A IA

## JÁ ESTÁ

## ACONTECENDO

**Walmart**

- Aplicativo My Assistant, desenvolvida para funcionários;

- IA generativa, permite aos consumidores que busquem por produtos por meio de casos, exemplo de pesquisa: “decoração da casa para o Natal” não sendo necessário pesquisar pelo nome da marca ou um item específico.

[Clique aqui e confira!](#)

**GUCCI**

- Lançou coleção de NFTs criados com uso de inteligência artificial;

- Utilizou a IA para resolver casos de reclamação, fornecendo argumentos valiosos à equipe de atendimento.

[Clique aqui e confira!](#)

**amazon**

- Criou o Amazon Go, em que não existem colaboradores humanos, os clientes escolhem os produtos, o sistema de IA identifica a compra quando o cliente sai da loja e envia o faturamento para o cartão de crédito cadastrado pelo consumidor.

[Clique aqui e confira!](#)

**STARBUCKS**

- Criou o aplicativo My Starbucks Barista, que permite aos clientes fazer pedidos de forma antecipada, retirando o produto no local escolhido.

[Clique aqui e confira!](#)



# JORNADA DE COMPRA: INTEGRANDO EXPERIÊNCIAS ON E Off-line

**63%\*** da população demonstra preferência por compras virtuais.  
\*Palestra Lee Peterson na NRF 2024.

**96%\*** dos consumidores indicam que a facilidade nas devoluções é um fator crucial para futuras compras.  
\*Palestra Raj Subramaniam na NRF 2024.

No atual cenário de compras, a integração entre experiências online e off-line tornou-se uma peça fundamental na satisfação do consumidor.



## DIFERENCIAIS NA ENTREGA

A entrega no mesmo dia e a opção de retirada na loja são diferenciais cruciais para os consumidores. Essas opções além de agilizarem o processo, também atendem às expectativas do cliente por conveniência.

## END TO END EXPERIENCE - CUIDANDO DE PONTA A PONTA:

Investir na experiência completa, desde a fase pré-compra até a entrega, é uma estratégia poderosa que gera fidelização e também impulsiona as taxas de conversão.



**Raj Subramaniam**

CEO e presidente da FedEx

“Este é um momento crucial para o comércio eletrônico, à medida que combinamos o poder da inteligência artificial e o aprendizado de máquina com as capacidades de nossa rede física para criar soluções digitais de ponta a ponta e uma experiência incomparável para você e seus clientes.”

O aplicativo da ZARA  
"modo loja" permite  
ajustar digitalmente  
sua experiência para  
exibir apenas produtos e  
tamanhos imediatamente  
disponíveis na loja local.



**Clique aqui e confira!**





## ELEVANDO

## A EXPERIÊNCIA

## NAS LOJAS FÍSICAS

Durante a NRF 2024, destacou-se a importância de tornar as lojas físicas mais atrativas. Em um contexto pós-pandemia, é fundamental criar ambientes agradáveis que convidem os clientes a entrar.

A loja física deve ir além da simples transação comercial; ela precisa despertar emoções, proporcionar inspiração e alegria.

É um espaço destinado a interações humanas. O objetivo é construir um ambiente que proporcione experiências únicas e memoráveis aos clientes. Ao investir em elementos que estimulem o lado emocional, as lojas podem se tornar destinos atrativos, fortalecendo o vínculo com os consumidores e diferenciando-se no mercado.

### Alguns detalhes que fazem toda a diferença incluem:

#### 1 MÚSICA

A escolha certa da trilha sonora pode influenciar positivamente a atmosfera da loja.

#### 2 MERCHANDISING

Estratégias visuais são essenciais para cativar a atenção dos clientes e guiá-los pelo espaço.

#### 3 CAIXAS RÁPIDOS

Agilizar o processo de pagamento é crucial para proporcionar uma experiência mais eficiente.

#### 3 PROVADORES

Criar ambientes confortáveis e bem projetados nos provadores contribui para a satisfação do cliente.

+  
+  
+ +



**Lee Peterson**

WD Partners

“Você não tem que precisar ir a uma loja, você precisa querer ir a uma loja.”

## CONHEÇA LOJAS INSPIRADORAS

Crate & Barrel NYC



PetCo, Union Sq. NYC



DICK's Sporting Goods House Of Sport



Sephora, Paris





# CULTURA EMPRESARIAL E GESTÃO EFICIENTE: A CHAVE DO DESTAQUE

## CULTURA EMPRESARIAL COMO DIFERENCIAL

- ▲ Cultivar uma cultura empresarial sólida é vital para a diferenciação no mercado.
- ▲ Valores compartilhados e um ambiente de trabalho positivo influenciam diretamente no desempenho e na satisfação dos colaboradores.

## GESTÃO EFICIENTE E RELAÇÃO COM FORNECEDORES

- ▲ A boa relação com fornecedores vai além de uma transação comercial; construir uma comunidade sólida contribui para a sustentabilidade do negócio.
- ▲ Parcerias estratégicas e éticas são fundamentais para o sucesso a longo prazo.

## EQUIPE ALINHADA AOS OBJETIVOS

- ▲ Recrutar colaboradores que entendam e compartilham os objetivos da empresa.
- ▲ Ter um time engajado contribui significativamente para o alcance das metas e para o fortalecimento da cultura organizacional.

+  
+  
+ +



**“Magic” Johnson**

CEO da Magic Johnson Enterprises

“É difícil tornar-se o número um, mas é ainda mais difícil permanecer como número um.”





**Raj Subramaniam**

CEO e presidente da FedEx

“**75%** DA GERAÇÃO Z ACREDITA QUE SUSTENTABILIDADE É MAIS IMPORTANTE QUE A PRÓPRIA MARCA.”

## IMPACTO SOCIAL E GOVERNANÇA

Integrar práticas ESG não só atende às expectativas dos consumidores, mas também contribui para a reputação e perenidade do negócio.

Parceiros compartilhando o compromisso com a sustentabilidade fortalece e enriquece as iniciativas, gerando um impacto mais expressivo.

A jornada rumo à sustentabilidade inclui a conscientização e educação contínuas.

+  
+  
+ +



**Steven Williams**

CEO PepsiCo Foods América do Norte

“Sustentabilidade é o esporte de equipe definitivo. Você tem que fazer com que todos se movam na mesma direção.”



NRF EM VÍDEOS  
**NRF EM VÍDEOS**

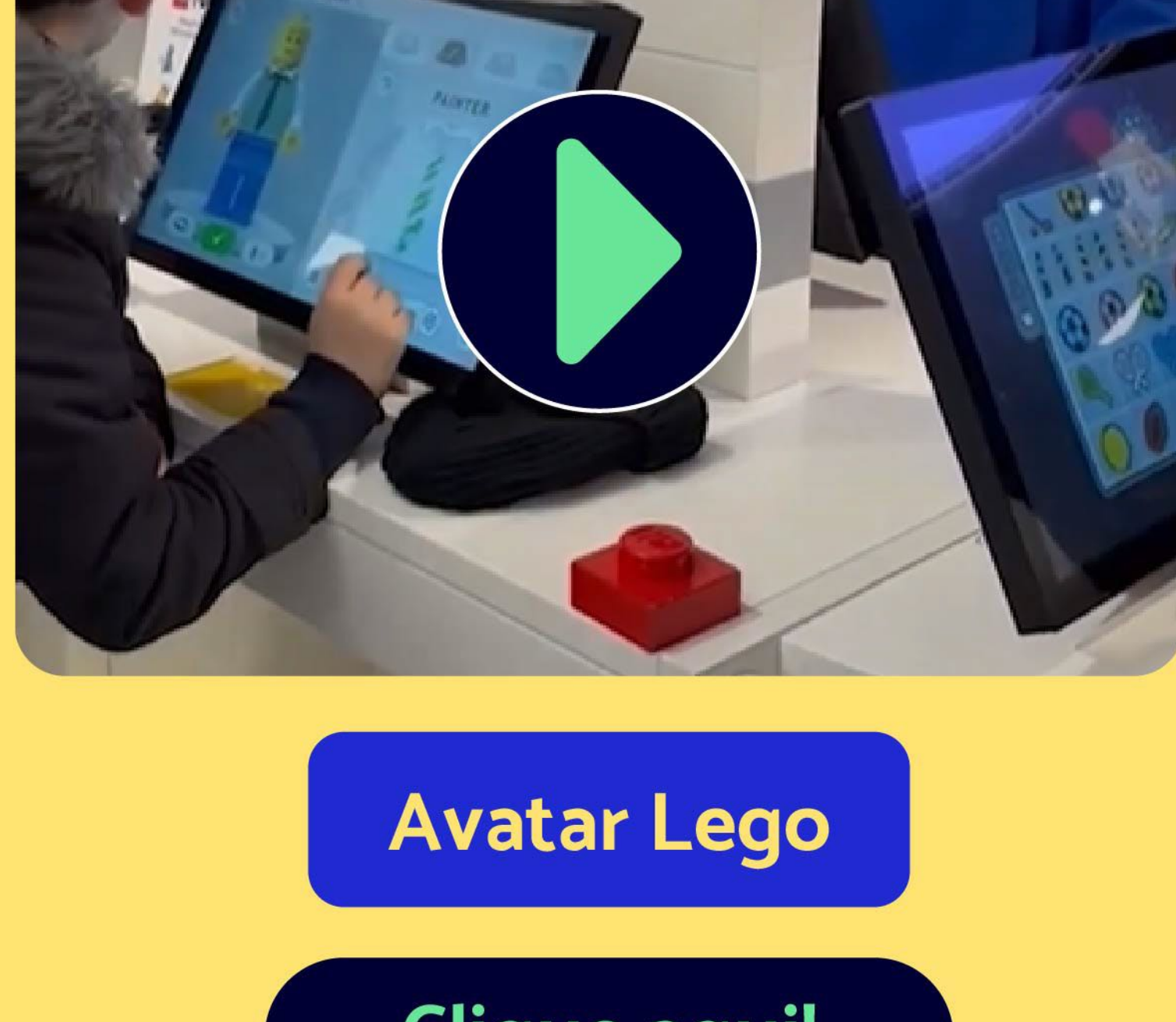






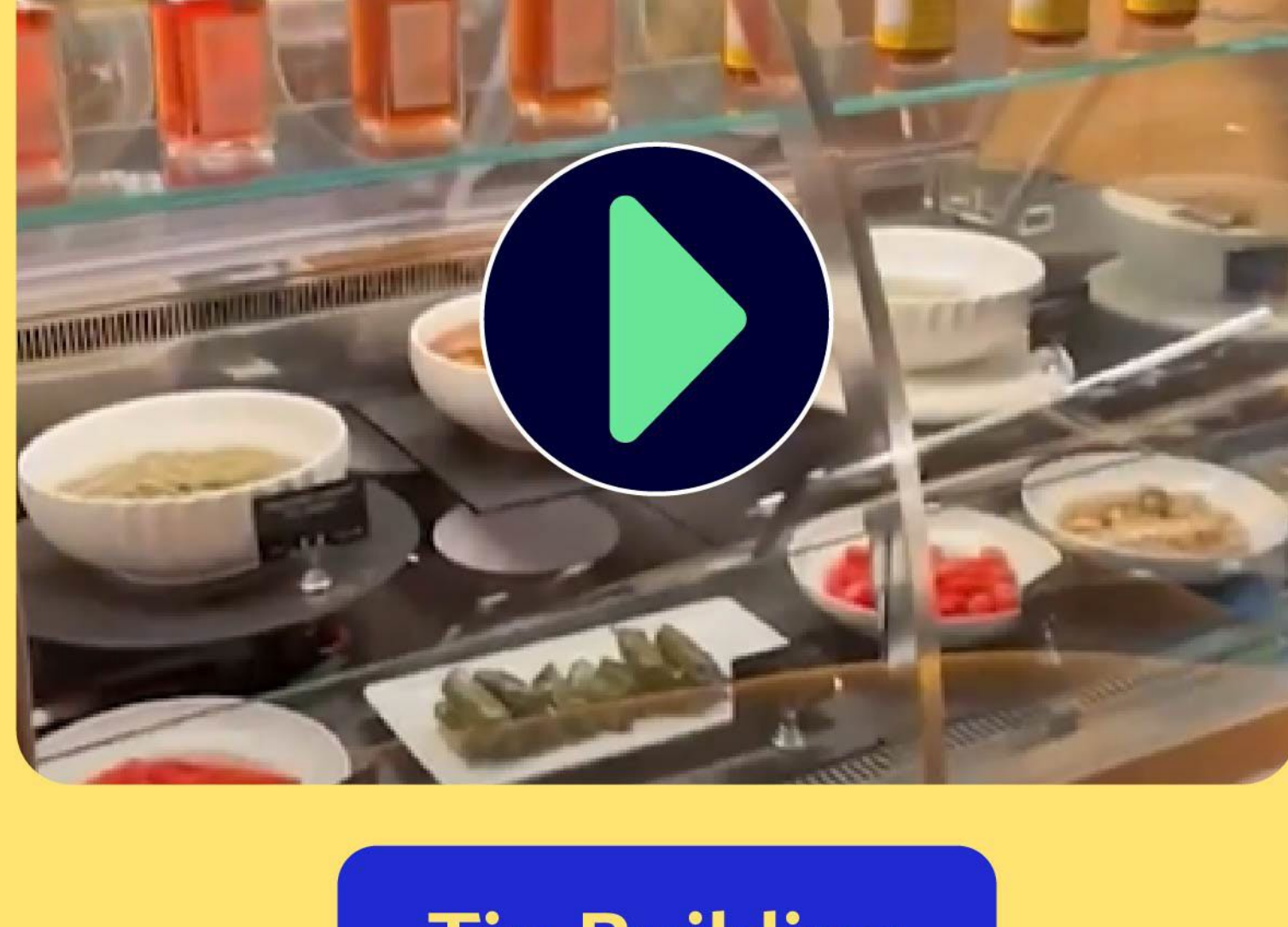
**Personalização de tênis Nike**

**Clique aqui!**



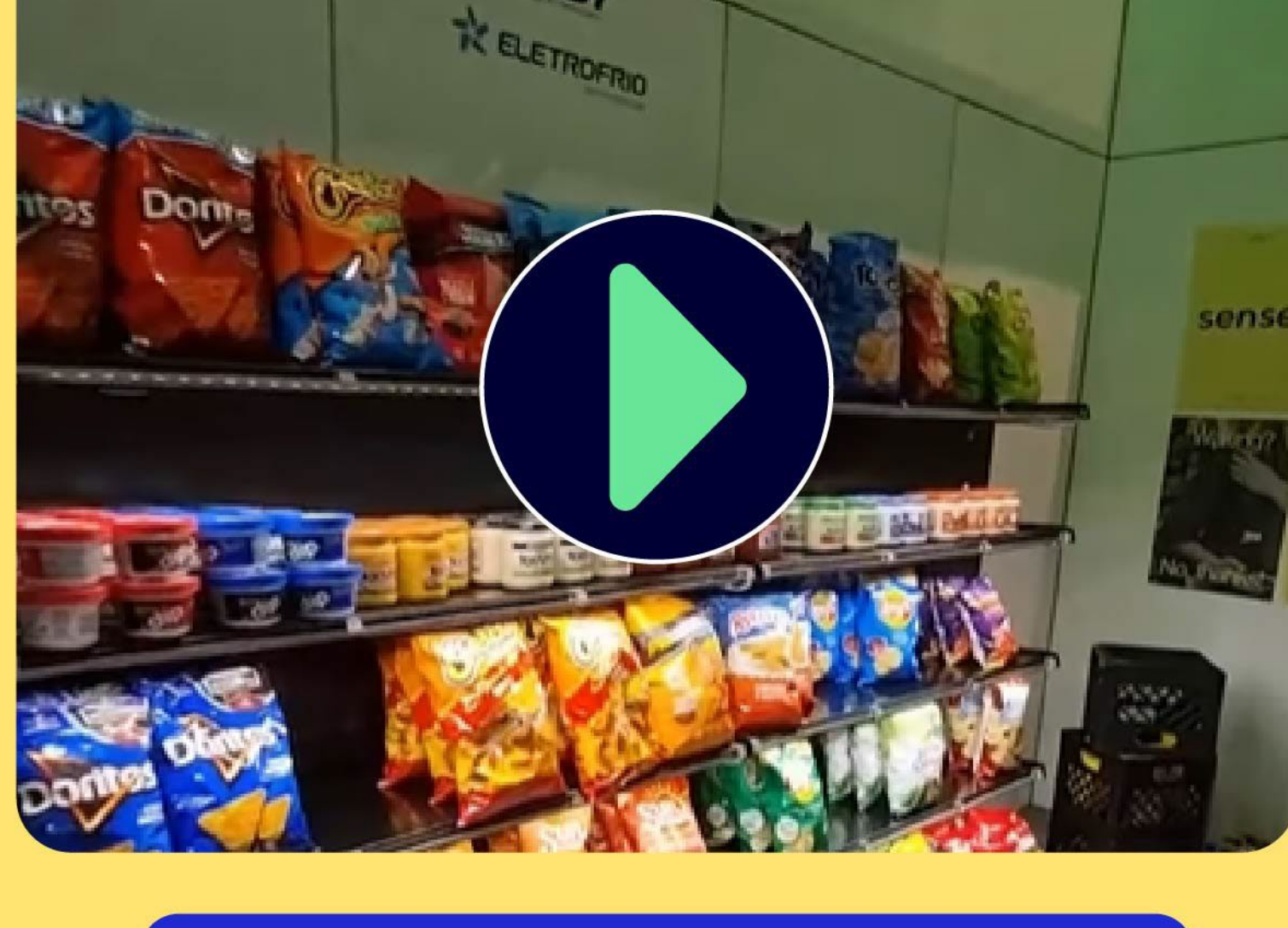
**Avatar Lego**

**Clique aqui!**



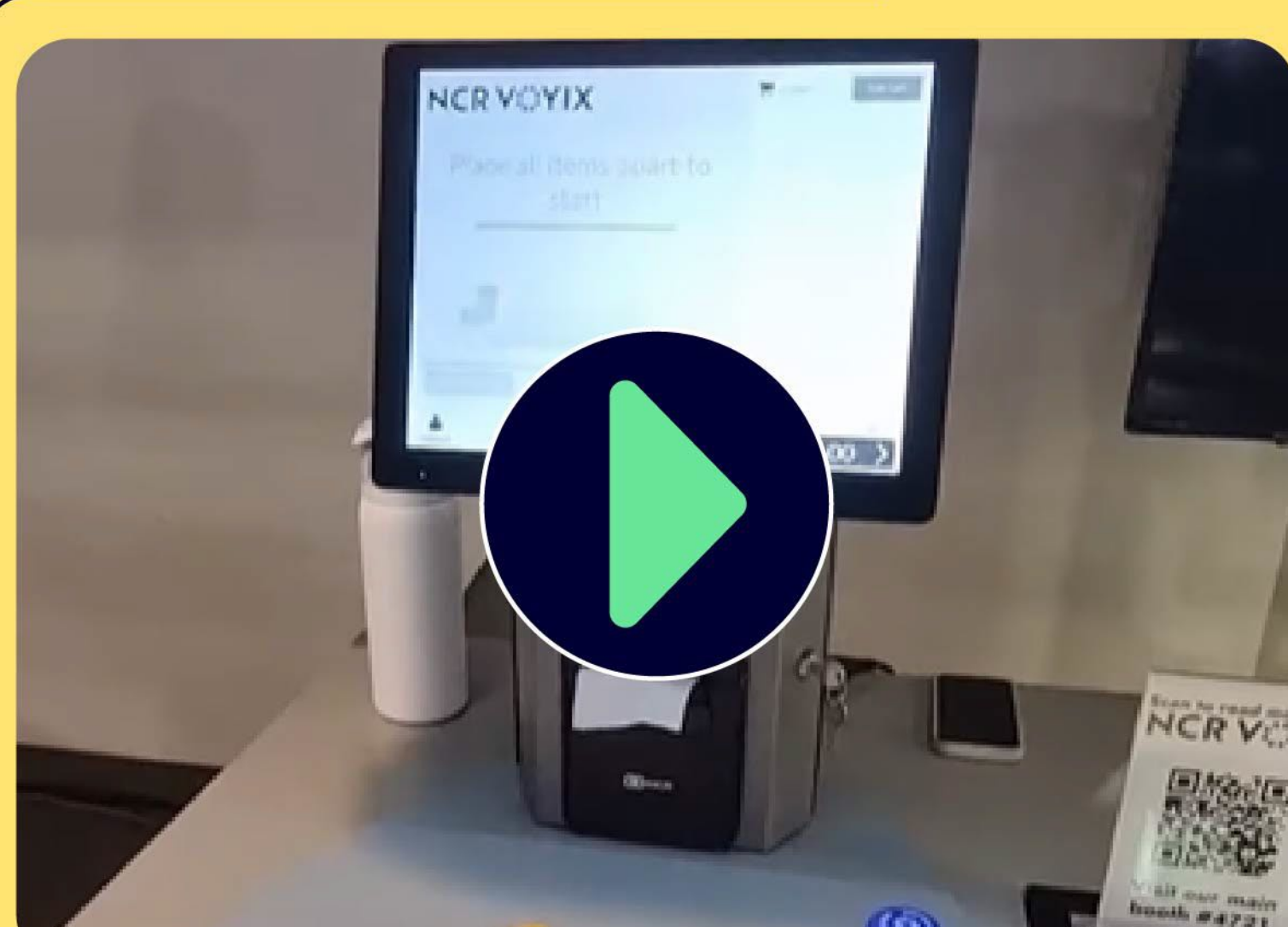
**Tin Building**

**Clique aqui!**



**Lojas autônomas Sensei**

**Clique aqui!**



**NCR VOYIX**

**Clique aqui!**

## OPINIÕES DM



**Ariane Bete**

Diretora comercial

Na NRF 2024, a inteligência artificial no varejo é destacada, abordando temas como precificação, treinamento e aprimoramento da experiência do cliente. A ênfase está na antecipação das necessidades do cliente, fornecendo informações ao longo da jornada de compra para reduzir a necessidade de contato com o SAC. As lojas físicas também passam por uma transformação, deixando de ser apenas showrooms e se tornando playgrounds, onde os clientes podem experimentar, customizar produtos e desfrutar de uma experiência mais envolvente, potencialmente atraindo e retendo clientes de maneira mais eficaz.



**Fábio Trivedi**

Gerente de Expansão

Na NRF deste ano, ficou evidente a crescente importância da inteligência artificial no cenário varejista. Atualmente, menos de 20% dos varejistas no Brasil aproveitam as potencialidades da IA para impulsionar seu crescimento. Outro destaque foi a relevância das lojas físicas. Atualmente, 85% das vendas no Brasil ocorrem em estabelecimentos físicos. A ênfase recai sobre a importância de proporcionar ao cliente um ambiente agradável, onde ele possa percorrer sua jornada de compra de maneira satisfatória.

Por fim, a união do canal digital e presencial emergiu como um ponto crucial. A ideia de permitir que o cliente, presente na loja física, possa realizar compras online, proporcionando uma experiência única e integrada.



@voicedm

