

buscapé company

Guia rápido

Setor

Internet

Grupo

18 empresas

Colaboradores

Mais de 1 mil

Usuários registrados

6 milhões

Empresas catalogadas

650 mil

Site

www.buscapecompany.com.br

Solução

IBM Cognos 10

Buscapé Company desenvolve plataforma de Business Intelligence com solução da IBM

Grupo de 18 várias empresas que cobre todo o ciclo de consumo na Internet -, desde a exposição do produto via anúncios e comparação de preços até a efetivação da compra com meios de pagamento eletrônico -, a Buscapé Company reconhece que entender os consumidores, suas demandas e anseios é essencial para o sucesso dos negócios. Por isso, decidiu investir no IBM Cognos 10 para desenvolver uma plataforma de Business Intelligence para dar à empresa maior poder de análise de dados. A iniciativa já rendeu novos produtos a partir do uso inteligente de informações, entre eles o Índice de Preços FIPE Buscapé que mede a variação dos preços de bens de consumo comercializados na Internet.

“Com as principais unidades integradas ao BI, o sistema se tornou um organismo vivo que pode ser facilmente alterado com a inclusão de novas dimensões cadastrais ou com a composição de métricas para gerar relatórios estáticos ou dinâmicos.”

Paulo Henrique Costa, gerente de Business Intelligence da Buscapé Company

Principal desafio

Desenvolver uma plataforma de Business Intelligence (BI) para integrar as informações armazenadas pelas 18 empresas do grupo.

Por que a IBM foi escolhida?

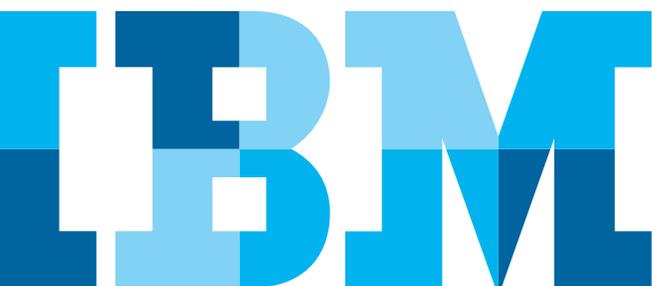
O IBM Cognos 10 oferece todas as ferramentas de BI de que o grupo precisava, com a garantia de qualidade e a perspectiva de continuidade de evolução do produto.

Benefícios financeiros e estratégicos

- Melhor capacidade de análise das informações reunidas pelas várias empresas do grupo
- Potencial para desenvolvimento de novos produtos
- Caminho para se tornar referência em informações sobre o comércio eletrônico brasileiro

Benefícios operacionais

- Facilidade de integração
- Acesso a informações confiáveis e no tempo e formato adequados para tomada de decisão
- Maior produtividade para geração de relatórios



O Desafio

Grupo direcionado para indústrias de bens de consumo, varejistas, distribuidores, mercado financeiro e agências de publicidade que precisam conectar seus produtos e serviços aos consumidores, a Buscapé Company tem como principal solução uma plataforma completa de comércio eletrônico cujo objetivo é oferecer a melhor experiência de consumo e gerar bons negócios.

Nesse segmento de atuação, é essencial entender os consumidores, suas demandas e anseios. Também é importante estar presente em todo o ciclo de consumo - desde a exposição do produto via anúncios, passando pela decisão de compra, por exemplo, comparando preços, e pela efetivação em si, provendo diversos meios de pagamentos, até a pós-venda, com serviços de pesquisa de mercado, e eventualmente revenda, via classificados. Com suas várias empresas - entre elas, Buscapé, BondFaro, Pagamento Digital e ebit - o grupo Buscapé Company participa de todas essas fases do processo de consumo.

Para se tornar ainda mais competitiva, a Buscapé Company decidiu investir em uma solução de Business Intelligence (BI) para integrar as informações armazenadas pelas 18 empresas do grupo. *“Cada uma delas atua independentes e possui seu próprio repositório de dados e sistema de inteligência. O objetivo era criar uma infraestrutura comum, capaz de fazer análises mais ricas para gerar tráfegos ainda mais qualificados para nossos clientes associados e também para o consumidor final”*, explica Paulo Henrique Costa, gerente de Business Intelligence da Buscapé Company.

A Solução

Como o desafio da integração das informações era especialmente complexo em função da diversidade de sistemas transacionais especialistas no grupo, a Buscapé Company buscou soluções de mercado que contassem com o respaldo de empresas com histórico de experiência, consultoria e suporte. *“Com o IBM Cognos 10, teríamos todas as ferramentas de BI que precisávamos, com a garantia de qualidade e a perspectiva de continuidade de evolução do produto que o nome IBM traz consigo”*, afirma Costa.

Inicialmente, foram reunidos em um datamart os dados das áreas de comparação de preços, facilidade de pagamentos, distribuição de material publicitário e pesquisas. *“Com as principais unidades integradas ao BI, o sistema se tornou um organismo vivo que pode ser facilmente alterado com a inclusão de novas dimensões cadastrais ou com a composição de métricas para gerar relatórios estáticos ou*

dinâmicos”, comemora Costa. De acordo com o executivo, hoje o grupo emprega apenas 20% do tempo para gerar os mesmos relatórios e ainda temos a opção de modificá-los sem a ajuda da equipe de TI.

Os Benefícios

Praticamente todos os profissionais da Buscapé Company foram beneficiados pelo IBM Cognos 10 ao ter acesso a informações confiáveis, no tempo e no formato adequados para tomada de decisão. Dados de diversas fontes são integrados de forma sistematizada e automática ao sistema de BI, proporcionando níveis mais elevados de inteligência analítica às várias empresas do grupo.

Indiretamente, o setor de comércio eletrônico brasileiro também foi beneficiado pelo projeto, pois permitiu à Buscapé Company criar produtos a partir do uso inteligente de informações para aumentar o poder de negociação entre consumidores e empresas. Um deles, desenvolvido em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, é o Índice de Preços FIPE Buscapé que mede a variação dos preços de bens de consumo duráveis e não duráveis comercializados na Internet brasileira. Com o sistema de BI, foi possível fornecer informações para que a FIPE produzisse o índice por categorias e até o nível de produtos.

Outro serviço criado a partir da plataforma de BI é o Buscapé Protege, que ajuda a solucionar eventuais problemas durante compras on-line, intermediando o caso entre a loja e o consumidor. Essa proteção é oferecida apenas para algumas lojas e categorias de produtos escolhidas também a partir da análise das informações do novo sistema. *“No longo prazo, a Buscapé Company pretende aprimorar a solução para poder acompanhar os principais indicadores em tempo real e assim se tornar referência em conhecimento sobre o consumidor da internet”*, completa Costa.



© Copyright IBM Corporation 2013

IBM e o IBM logo são marcas de titularidade da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos e/ou em outros países.

Impresso no Brasil
01-13
Todos os direitos reservados.