

# Guia de Soluções para Varejo da IBM

Varejo feito com a IBM







## Sumário

Prefácio	4
Imperativos de varejo	6
Experiência de compra mais inteligente	8
Visão 360° do cliente	10
Marketing conectado	12
Comércio Omni-channel	14
Redes de Merchandising e suprimentos mais inteligentes	16
Merchandising Omni-channel	18
Omni-channel de redes de suprimentos	20
Operações mais inteligentes	22
Transformação das funções administrativas de apoio (Back-Office)	24
Segurança no varejo e infraestrutura da loja	26
Insights e gerenciamento de desempenho	28
Compromisso da IBM com a indústria do varejo	30



## Prefácio

Novas tecnologias transformaram permanentemente a forma como os clientes se comunicam, interagem e pesquisam - bem como a forma de escolher e comprar mercadorias e serviços. Inovadores ágeis tiraram proveito da tecnologia para desenvolver novos modelos de negócios, serviços e ofertas que desconstruíram o cenário do varejo e mudaram as expectativas dos clientes. Para responder, os varejistas precisam se adequar a esta realidade buscando novas maneiras de entender, relacionar-se e atender clientes viciados em tecnologia e que estão sempre conectados.

Os mundos físico e digital estão convergindo, e uma experiência de compra inigualável - o verdadeiro varejo Omni-channel - é um imperativo para os varejistas de hoje. O engajamento móvel e social estão se expandindo e passaram a incluir a Internet of Things (IoT), em que as máquinas e a tecnologia portátil geram dados a partir de dispositivos conectados. Os varejistas que coletam, protegem e analisam esses dados podem entender comportamentos, tendências e tendências de estilo de vida. **O poder do insight** está transformando informações em ações. É somente então que os varejistas podem determinar com confiança a melhor ação para o comércio, merchandising, marketing e operações, e criar a estratégia certa para um relevante engajamento com o cliente.

Transformando as lojas físicas, trazendo a emoção e a interatividade do comércio digital para uma **nova fachada da loja** em que as necessidades, desejos e valores de estilo de vida dos clientes são entendidos e onde o engajamento pode ocorrer no contexto e em tempo real. E o mais importante, os varejistas precisam **trabalhar sob demanda**, oferecendo opções flexíveis para fazer, trocar, devolver e entregar pedidos de forma lucrativa. Os executivos precisam das ferramentas para avaliar o desempenho, corrigir o caminho e desenvolver estratégias com o objetivo de melhorar as operações da loja, diferenciar a mercadoria, aprimorar as interações on-line e digitais e otimizar a cadeia de suprimentos, assim como identificar modelos de negócios e iniciativas de crescimento financeiramente adequados.

Para os varejistas, existem três imperativos em que todas as organizações precisam acertar:

- Proporcionar uma experiência de compra mais inteligente
- Construir redes de merchandising e suprimento mais inteligentes
- Promover operações mais inteligentes



Quando são implementados juntos, esses imperativos significam sucesso no varejo — conectando-se aos consumidores, operando de maneira eficiente e conquistando lealdade para obter participação no mercado, além de promover um crescimento rentável.

Facilitadores baseados em tecnologia ajudam os varejistas a acertar em relação aos três imperativos universais. É por meio de novas ferramentas e recursos que os varejistas podem entregar os produtos e serviços que os clientes esperam. Big Data e analytics decodificam padrões, preferências e tendências que possibilitam decisões de marketing, mercadoria e serviços melhores e mais inteligentes. As tecnologias de engajamento móvel e social possibilitam conexões contextuais e relevantes com os consumidores, funcionários e fornecedores.

A computação em nuvem e outras novas opções de entrega fornecem os novos recursos que os consumidores exigem de modo mais rápido, eficiente e confiável. Além disso, a segurança corporativa garante que as informações mais importantes da empresa - especialmente os dados do cliente - fiquem protegidas.

A IBM oferece tudo o que os varejistas precisam para transformar o desenvolvimento do roadmap, soluções, infraestrutura, ciências de pesquisa e consultoria com base naquilo que os consumidores exigem. Ajudamos os varejistas a aprofundar os relacionamentos com os consumidores e oferecer um sortimento diferenciado enquanto promovem a excelência operacional em toda a empresa contribuindo para um crescimento rentável.

Este guia apresenta as soluções da IBM para o varejo. Ele oferece uma visão geral daquilo que os varejistas precisam fazer dentro de cada uma dessas áreas e das soluções IBM que podem apoiar tais esforços.

Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião a respeito de qualquer oferta IBM presente neste guia de soluções.

Atenciosamente,  
Seu Time de Varejo da IBM Global

## Comércio mais inteligente

Os negócios sempre consistiram em atender o cliente. Hoje, com os poderes conferidos pela tecnologia, esses clientes estão mais informados, conectados e exigentes do que nunca. Esperam interagir com as empresas quando, onde e como quiserem, com uma experiência simples, engajante e inigualável independentemente do horário, do local e do meio.

Uma estratégia de Comércio Mais Inteligente começa ao visualizar o mundo pelos olhos do cliente. Significa reconhecer que a experiência de cliente vai muito além da venda — e inclui interações antes, durante e depois da compra. Coloca o cliente no centro de todas as operações de negócios e usa insights do cliente para proporcionar uma experiência profundamente personalizada e relevante para cada pessoa. Por meio das estratégias de Comércio Mais Inteligente, as empresas podem abordar os imperativos do varejo para aprofundar de forma mais eficiente o relacionamento da marca com seus clientes, tendo as eficiências operacionais necessárias para proporcionar uma experiência de marca consistente e diferenciada.

# Introdução: Os imperativos de varejo da IBM



Cada varejista enfrenta uma situação de negócios exclusiva e traz um conjunto exclusivo de recursos e ativos, pontos fortes e vantagens para o mercado.

Porém, acreditamos que existem imperativos universais que cada varejista precisa acertar para competir—e ganhar.

## IMPERATIVOS DO VAREJO

Este guia descreve nossos três imperativos e organiza as ofertas da IBM para a indústria de varejo em torno deles para mostrar como ajudamos os maiores varejistas do mundo a atingir seus objetivos de negócios.

### PROPORCIONAR UMA **EXPERIÊNCIA DE COMPRA MAIS INTELIGENTE**

Visão 360° do cliente  
Marketing conectado  
Comércio Omni-channel



### **CONSTRUIR REDES DE MERCHANDISING E SUPRIMENTO MAIS INTELIGENTES**

Merchandising Omni-channel  
Omni-channel de redes de suprimentos

### PROMOVER **OPERAÇÕES MAIS INTELIGENTES**

Transformação das funções administrativas de apoio (Back-Office)  
Segurança no varejo e infraestrutura da loja  
Insights e gerenciamento de desempenho



Nas páginas a seguir, examinamos esses três imperativos de varejo mais inteligentes e as ofertas da IBM dentro de cada um.



***Os varejistas que proporcionam uma experiência de compra mais inteligente, interagem com os consumidores de forma que lhes proporcionam uma experiência relevante, personalizada e na hora certa.***



Para competir em um mundo em que os clientes esperam ser tratados como indivíduos, é preciso se esforçar para que seus clientes sintam que você os conhece pessoalmente, entende suas necessidades, desejos e aspirações de estilo de vida e está pensando em seus interesses, necessidades e desejos atuais. Tal nível de intimidade pode acabar criando relacionamentos gratificantes e duradouros para você e seus clientes.

Uma experiência de compra mais inteligente também precisa ir além da noção de “canais” separados: os clientes devem ser capazes de interagir com você na loja, na web, por meio de dispositivos móveis ou por meio de centrais de atendimento—de um modo absolutamente semelhante—com a flexibilidade para conectar, pesquisar, comprar e receber mercadoria como gostariam.

O que é necessário para proporcionar uma experiência de compra mais inteligente? Uma visão completa dos clientes em todos os pontos de contato e uma única plataforma de comércio e marketing para interação e engajamento.

A IBM ajuda os varejistas a coletar, proteger e analisar Big Data gerados por canais móveis, redes social e Internet of Things, permitindo que passem a conhecer cada cliente como um indivíduo no contexto. Usando todas as informações que estão disponíveis— a partir de novas fontes, estruturadas e não estruturadas dentro e fora da organização— torna-se possível não apenas entender o histórico uma pessoa, mas também entender seus interesses, além de suas necessidades e desejos atuais do estilo de vida de cada um.

Se fizer isso em tempo real, será possível determinar exatamente quais informações, mensagens ou propagandas serão entregues a cada cliente, exatamente no momento do conhecimento. Se fizer isso de forma consistente, é possível aprofundar seu relacionamento e motivar os consumidores a lembrar de você em primeiro lugar.



# O que é necessário para proporcionar uma experiência de compra mais inteligente

Em primeiro lugar, você precisa de uma visão única e abrangente de clientes individuais—em todos os pontos de contato—e a capacidade de transformar esse insight na melhor ação para cada cliente.

Em seguida, você precisa interagir com os clientes com mensagens e ofertas relevantes que reflitam o fato de que você realmente os conhece—de maneira pessoal e individual—em qualquer momento.

E, por fim, é necessário ter um desempenho exato—todas as vezes em que um cliente interagir com você.



**VISÃO 360° DO  
CLIENTE**



**MARKETING  
CONECTADO**



**COMÉRCIO  
OMNI-CHANNEL**



Vire a página para aprender sobre o portfólio de soluções IBM que possibilitam uma experiência de compra mais inteligente.



# VISÃO 360° DO CLIENTE

## COMO DEFINIMOS

Conhecendo seus clientes como grupos, indivíduos e por mudanças no estilo de vida, e efetivamente usar essas informações para construir relacionamentos sólidos, é uma questão competitiva crítica. Contudo, a maioria dos varejistas enfrenta o problema de como fazer isso acontecer.

A resposta agora está ao alcance ao unir os mundos físico e digital e aplicar o poder da predição a essas informações. Dentro das lojas, os varejistas já podem coletar dados que anteriormente estavam disponíveis apenas no mundo digital, incluindo informações e trajetória do comportamento de navegação dos clientes, além de lançar uma nova luz sobre os padrões de consumo. Coletar estes dados e combiná-los com o histórico de interação do cliente, comportamento on-line e dados externos, assim como aplicar análise preditiva e computação cognitiva, fornece insights valiosos – revelando preferências individuais, comportamentos de compra e até mesmo as atividades, desejos e necessidades atuais de cada cliente praticamente a qualquer momento. É isso que chamamos de visão 360° do cliente. Converter tais insights em ações pode fazer você se destacar para os compradores no mercado competitivo.

No entanto, isso não pode ser obtido com um único sistema ou processo. É necessário coletar todas as informações disponíveis que você puder, de dentro e de fora da sua organização e, então, usá-las para obter insights e para enriquecer a interação com o cliente.

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Insights para entender cada um dos seus clientes como um indivíduo – um hub principal de clientes

Isso inclui informações sobre quem são seus clientes, onde eles moram e seus dados demográficos, interesses, atividades, atributos e preferências, tudo armazenado em um só lugar.

### Visibilidade das transações e interações de cada cliente com você como varejista – um repositório de transações do cliente

Isso inclui visibilidade de todos os canais e atividades: o que os clientes compraram, onde, quando e como compraram, quem contataram, a qual marketing eles respondem e qual propaganda eles preferem.

### Informações sobre as atividades e interações de cada cliente com outros – um repositório de atividades do cliente

Saiba mais sobre as interações on-line dos clientes com outras pessoas, incluindo amigos, família, outros varejistas, marcas e grupos – comentários, resenhas, curtidas, descurtidas, elogios e reclamações.

### Big Data e analytics para obter insights a partir de novas fontes de informações

Capture e proteja novas fontes de dados de dentro e fora da organização, além de aplicar analytics e alavancar a computação cognitiva para obter insights de acionadores comportamentais para poder personalizar ainda mais as compras a fim de promover maior lealdade, vendas e margens.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS

Dados transacionais de:

- Lojas
- Online
- Dispositivos móveis
- Centrais de atendimento
- Quiosques

Dados externos:

- Dados demográficos
- Clima
- Censo Internet das Coisas



## BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Aumento das vendas

Aumento das margens

Maior satisfação e lealdade

## COMO ENTREGAMOS

O conjunto de recursos que chamamos de visão 360° do cliente pode ser obtido por meio de várias arquiteturas, mas exige uma grande integração de pessoas, processos e tecnologias.

Primeiro vem o estabelecimento de um **hub principal de clientes** avançado usando o software **IBM Initiate®** Master Data Management Collaborative Edition para obter uma visão única e consistente das informações do cliente, seu perfil, preferências e outros atributos. Aqui, um objetivo chave é estabelecer um processo para gerenciar atributos, identificar as informações mais importantes e definir como disponibilizar informações críticas para cada sistema e processo que precisam delas, em tempo real.

A próxima parte é um **repositório avançado de transações do cliente**.

O objetivo aqui é reunir dados disponíveis sobre as vendas disponíveis nos diferentes canais e combiná-los com informações sobre outras atividades do cliente. Podem

incluir visitas às suas lojas e contatos com seus associados de loja e centrais de atendimento, bem como compras on-line e marketing móvel para estabelecer uma visão abrangente dos hábitos de compra e interações de cada pessoa.

Para esse fim, as soluções **IBM Big Data & Analytics** oferecem um poder incrível para gerenciar e selecionar enormes quantidades de dados de transações do cliente em velocidades recorde, assim como a capacidade de distribuir essas informações por toda a organização. O software **IBM SPSS®** oferece excelentes recursos de modelagem estatística para ajudar a prever o comportamento do cliente com maior precisão e gerar insights. O **Watson** da IBM é a próxima geração - computação cognitiva - que usa o processamento de linguagem natural para descobrir novos padrões e insights em questão de segundos.

Para completar, construímos um **repositório avançado de atividades do**

**cliente** utilizando soluções de analytics de redes sociais da IBM para capturar interações e atividades do cliente com terceiros, incluindo entradas em blogs, e-mails, publicações e comentários em redes sociais, classificações, resenhas, reclamações e análise de website. Esse repositório de atividades do cliente pode ajudar a promover uma compreensão dos sentimentos do cliente, ajudar a identificar influenciadores, apontar oportunidades de satisfação do cliente e até mesmo monitorar a reputação da sua marca e o nível de confiança com os clientes. Tudo isso pode ajudar você a se tornar essencial para seus clientes.

Todas essas capacidades revolucionárias têm algo em comum: a capacidade de processar enormes volumes de dados com uma rapidez muito maior, aplicar analytics e agir em tempo real. Ao reunir social, mobilidade, big data analytics e tecnologias de nuvem, a IBM tem o poder de ajudá-lo a mudar o jogo.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM InfoSphere Master Data Management para clientes e produtos</li> <li>IBM SPSS</li> <li>IBM Cognos® Business Intelligence</li> <li>IBM Predictive Customer Intelligence</li> <li>Soluções de analytics para redes sociais</li> <li>Watson Engagement Advisor</li> <li>Watson Explorer</li> <li>Watson Discovery Advisor</li> <li>Watson Analytics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementação do software Initiate Master Data Management para produtos e clientes</li> <li>Gerenciamento de ciclo de vida de clientes e produtos</li> <li>Segmentação de clientes</li> <li>Analytics avançada e as próximas melhores ações recomendadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analytics de Marketing e consumo</li> <li>IBM Analytic Answers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analytics avançada no hardware IBM Power Systems™ e IBM System z®</li> <li>IBM PureData™ System for Analytics, desenvolvido com tecnologia IBM Netezza®</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br)®. Entre em contato com seu representante da IBM para agendar um briefing.

## ESTUDOS DE CASO

### CARPHONE WAREHOUSE

Este varejista de telecomunicações substituiu seu ambiente de banco de dados Oracle pelo IBM PureData System for Analytics, desenvolvido com tecnologia Netezza.

- Agora já pode extrair e transformar mais de um bilhão de linhas de dados diariamente.
- Redução de mais de 50% do tempo de lançamento de novos serviços de inteligência de negócios.
- Possibilitou uma maior lucratividade por meio de novos fluxos de renda e custos reduzidos.

### BODEN

Este comerciante de roupas do Reino Unido com grande presença on-line obteve uma melhor compreensão de quais tendências de moda farão sucesso e quais serão um fracasso ao implementar uma ferramenta de análise de comportamento da IBM que fornece insights detalhados em relação a como o cliente navega em seu site.

- Aumentou em 160% o número de pedidos de calças após o lançamento de um microsite.
- Aumentou em 11% o número médio semanal de calças vendidas on-line em comparação com outros canais.
- Aumentou a lealdade dos clientes e a repetição de visitas.

### LUXOTTICA

Este grande varejista internacional de óculos e lentes de contato utilizou o IBM PureData Solution for Customer Insight para estabelecer uma visão 360° dos clientes e conseguir insights acionáveis dos clientes para atividades de marketing.

- Identificou os clientes de valor mais elevado em uma população de quase 100 milhões.
- Identificou clientes individuais com base em preferências e históricos exclusivos.
- Antecipou um aumento de 10% na eficácia do marketing.



# MARKETING CONECTADO

## COMO DEFINIMOS

Para se engajar com cada cliente de maneira contextual e relevante, você precisa encontrar formas de ligar os pontos entre a publicidade, marketing e merchandising. Fazer isso acontecer exige um entendimento profundo de cada cliente individual, assim como uma grande precisão na hora de definir ofertas e direcionar comunicações no momento certo pela mídia certa - digital, push de notificações, SMS, email, na loja ou impresso—para aqueles consumidores que acharão que as ofertas são motivadoras e valem a pena.

Aqui, o sucesso é medido na capacidade de entender as mudanças nas necessidades do estilo de vida e influenciar o comportamento do cliente em tempo real, promover um retorno significativamente mais alto sobre as despesas de marketing, aumentar as vendas e melhorar a satisfação do cliente.

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Operações de marketing que podem ajudar a assegurar que todas as campanhas e promoções sejam executadas tal como o planejado

Processos confiáveis para converter a estratégia de marketing em um plano de marketing coerente e integrado e gerenciar a execução do plano a fim de entregar uma mensagem de marca consistente em praticamente todas as interações e comunicações com o cliente.

### Processos de planejamento de campanha que estão fortemente interconectados com merchandising

Existe uma necessidade crítica de integrar os processos por meio dos quais os varejistas selecionam mercadorias e as ofertas adequadas com os processos usados para definir campanhas de marketing eficazes para tais mercadorias.

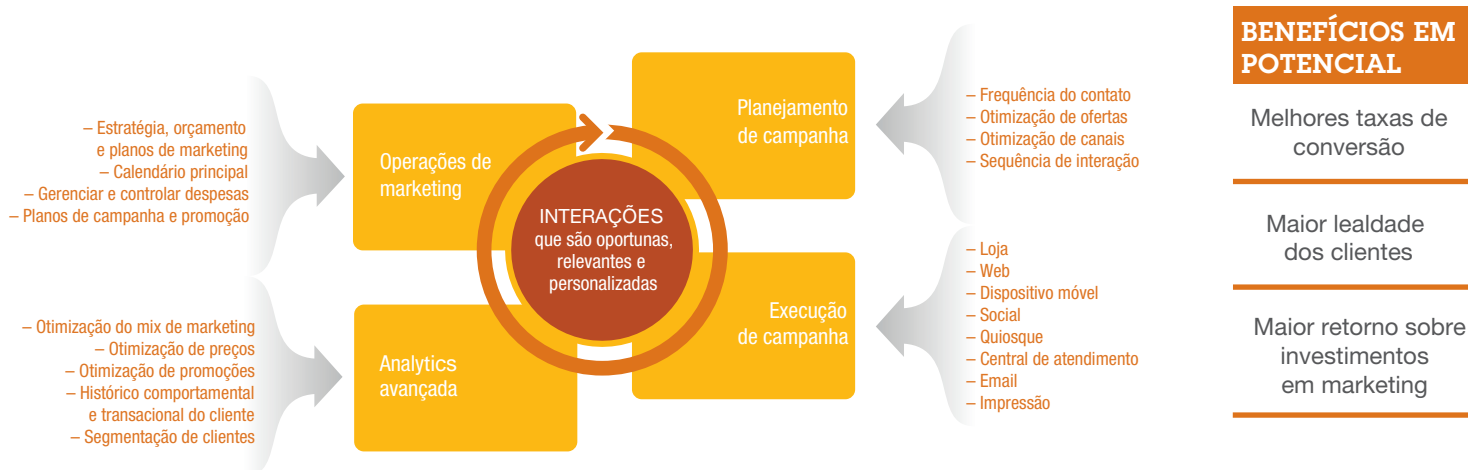
### Execução de campanha para proporcionar experiências digitais e na loja, interações significativas e converter clientes em potencial em clientes leais

As campanhas de marketing não devem mais ser exercícios de transmissão. Devem ser cuidadosamente direcionadas para atingir consumidores individuais com ofertas personalizadas, com base no histórico, acionadores comportamentais e necessidades do estilo de vida atuais, a fim de levar os compradores a executar a ação desejada.

### Analytics avançada que se baseia amplamente nos dados disponíveis do cliente para desenvolver e aumentar relacionamentos

Os varejistas precisam utilizar uma vasta matriz de dados históricos disponíveis, internos e externos, em tempo real para entender cada cliente com um indivíduo - e no contexto - e para determinar a melhor ação em qualquer horário e local.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



## COMO ENTREGAMOS

Transformar o marketing conectado em realidade requer atenção a cada um dos elementos definidos.

A primeira peça do quebra-cabeça é um sistema **avançado de operações de marketing** baseado no **IBM ExperienceOne**. Esse sistema é capaz de funcionar como hub central para permitir que você use os dados coletados do cliente em todos os pontos de contato e os transforme em insights por meio das suas soluções de analytics. De posse de insights, é possível definir campanhas de marketing altamente eficazes e otimizar a execução ao simplificar os processos internos a fim de entregar esforços de publicidade e marketing no prazo e em sincronia com a demanda do cliente em tempo real.

A próxima exigência é um planejamento de **campanha** em diferentes canais com base nos softwares **IBM ExperienceOne** e **IBM DemandTec®**. Isso possibilita a execução de ofertas personalizadas para clientes individuais e pode otimizar a forma de se conectar com seus clientes em diferentes pontos de contato. As promoções podem ser rapidamente transformadas em emails, por exemplo,

e as campanhas podem ser levadas para associados da central de atendimento para fazer ligações de marketing. O aumento nas compras por dispositivo móvel significa que os varejistas precisam fazer esforços especiais para se conectar com clientes a fim de melhorar as vendas on-line, promover o tráfego na loja e se relacionar com compradores com ofertas personalizadas.

Para **execução de campanha**, o mercado atual exige a capacidade de engajar o cliente em um diálogo interativo contínuo. As soluções IBM ExperienceOne podem permitir que você influencie o caminho até a compra por meio de vários métodos, tais como anúncios que refletem o histórico de navegação anterior e recomendações de produtos para proporcionar experiências excelentes em todos os canais. Além disso, a solução **IBM ExperienceOne** é capaz de destacar oportunidades adicionais nos seus canais digitais, como abandono de carrinho de compras em função de problemas na experiência no website. As soluções de gerenciamento de experiência do cliente da IBM podem fornecer visibilidade crítica, insight e respostas para ajudar as empresas a atingir

os objetivos de conversão on-line e retenção de clientes. Em um ambiente de gerenciamento de marketing integrado, esse feedback pode retornar da execução de campanha para o planejamento de campanha com o objetivo de coletar aprendizado e inteligência.

A parte essencial que amarra tudo isso é a **analytics avançada** com o software **IBM SPSS**. O software SPSS foi criado para coletar os insights mais recentes em relação a curtidas, interesses e preferências do cliente, com base nas respostas às suas ofertas atuais, para permitir que você se conecte em tempo real e forneça as ofertas mais relevantes e em tempo hábil para compradores individuais. Um software de analytics também pode permitir que você feche o retorno no ciclo de processos de marketing ao fornecer os dados para otimizar seu orçamento de marketing, com visibilidade para atividades de marketing planejadas e em andamento.

Para se destacar no marketing atualmente, relevância e personalização são fundamentais. A IBM oferece um espectro abrangente de recursos que podem transformar isso em realidade.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM Campaign</li> <li>IBM Interact</li> <li>IBM Silverpop</li> <li>IBM Mobile Customer Engagement</li> <li>IBM Web Analytics</li> <li>IBM Digital Marketing Optimization</li> <li>IBM Customer Experience Management</li> <li>IBM SPSS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avaliação e roadmap de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM)</li> <li>Estratégia e otimização de promoções</li> <li>Gerenciamento de experiência do cliente</li> <li>Melhoria no retorno sobre investimento (ROI) de marketing</li> <li>Otimizador da próxima melhor ação</li> <li>Segmentação de clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analytics de Marketing e consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM ExperienceOne em IBM Power Systems</li> <li>SmartCloud Enterprise+, SoftLayer</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### PEACH JOHN

Este varejista japonês de roupas femininas implementou uma solução sofisticada de campanha de marketing multicanal da IBM, que usa email marketing para estabelecer relacionamentos com os clientes.

- Descobriu de quais produtos os clientes gostam e não gostam, a quais ofertas eles respondem e quais ignoram, com que frequência eles compram e o que tendem a comprar.
- Enviou ofertas direcionadas e no momento certo que incentivam os clientes a comprar.
- Espera aumentar as vendas significativamente como resultado de taxas de conversão mais altas.

### MILAN GMBH

Este varejista on-line europeu implementou o IBM WebSphere Commerce Enterprise e o IBM Digital Analytics para capturar e analisar o comportamento e as preferências do comprador no nível pessoal.

- Ofereceu cupons mais relevantes para cada cliente por uma taxa de conversão de campanha de 5% em comparação com uma média de 1% no segmento de mercado.
- Estimou-se que os aumentos gerais nas vendas serão de 50% ao aprimorar a experiência de compra e fazer venda cruzada de mais produtos.

### WEHKAMP.NL

Esta rede de lojas de departamentos implementou o IBM Enterprise Marketing Management e o IBM Digital Marketing Optimization para atrair mais visitantes para seu website.

- Obteve um melhor entendimento dos interesses de cada comprador para oferecer descontos e recomendações de produtos personalizados.
- Aumentou as taxas de cliques em emails em 68% e em banners de propaganda em 500%.
- Aumentou a proporção de vendas por envio por emails de marketing em 271%.



# COMÉRCIO OMNI-CHANNEL

## COMO DEFINIMOS

Comércio Omni-channel é o termo que usamos para o conjunto de recursos que possibilita a interação com seus clientes de forma semelhante em qualquer ponto de contato, pois une os mundos físico e digital para uma visão única de clientes e mercadorias. Desenvolva uma nova fachada de loja usando os ricos recursos de mobilidade, mídias sociais, nuvem e segurança para executar transações e atender aos pedidos dos clientes com flexibilidade. Isso permite que seus clientes pesquisem, comprem, controlem, recebam e devolvam compras onde, quando e como quiserem.

Ao mesmo tempo, as soluções de comércio Omni-channel da IBM podem alavancar a melhor visibilidade do inventário e os ricos recursos de analytics para ajudar a maximizar a eficiência operacional do varejo: cada pedido do cliente pode ser executado automaticamente pelo local, fonte e caminhos de atendimento mais eficientes, com base nos custos e condições, para ajudar a tornar cada venda a mais rentável possível para você enquanto as expectativas do cliente são atendidas.

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Um único mecanismo digital para recursos de comércio para manipular todas as interações com o cliente com eficiência e flexibilidade de alta qualidade

Seus clientes precisam sentir que suas experiências de compra são inigualáveis, simples, envolventes e inspiram confiança - uma única fachada de loja, independentemente de onde compram. À medida que passam por canais e pontos de contato, e à medida que passam do conhecimento, navegação e pesquisa para a compra e, em seguida, para as interações de suporte, precisam sentir em todos os momentos que podem contar com você e ter certeza de que você será consistente, competente e confiável em cada interação — e que seu histórico e interações os acompanham independentemente de onde ou quando se conectarem com você.

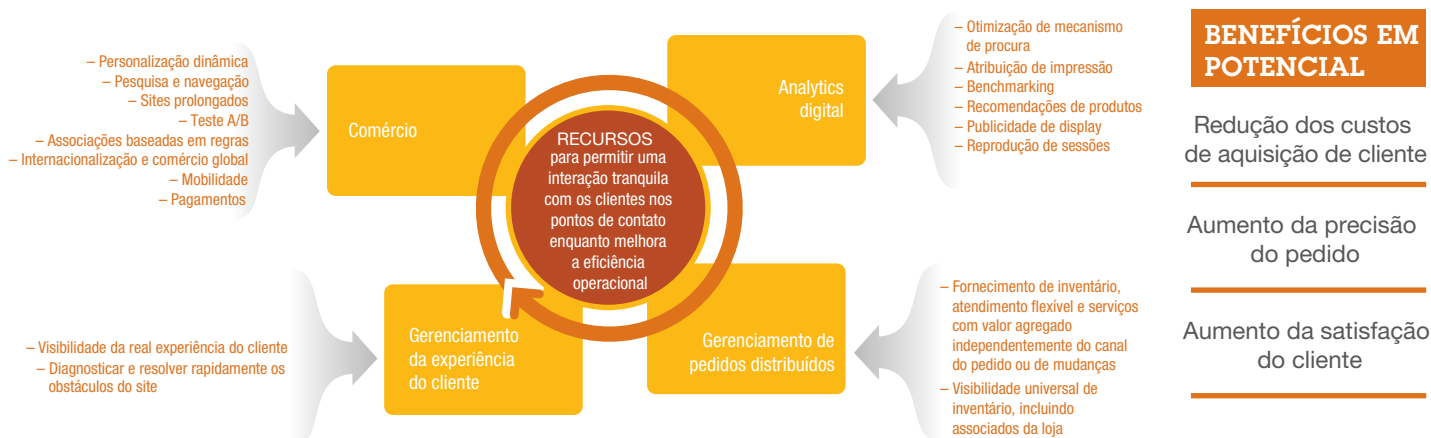
### Processos de gerenciamento de pedidos que ajudam a atender cada pedido do cliente pelo caminho mais eficiente e econômico

A complexidade das cadeias de suprimento modernas pode esconder possíveis economias de custo e oportunidades para um atendimento mais rápido. Seu processo de gerenciamento de pedidos precisa aproveitar novos insights e capacidades para possibilitar uma execução rápida e econômica que possa aumentar a satisfação do cliente — e sua lucratividade.

### Analytics digital avançada para monitorar ininterruptamente as mudanças nas atividades e respostas dos seus clientes a fim de permitir um aprendizado mais rápido e identificar os próximos passos para o sucesso

O segredo aqui é possibilitar um ciclo de aprendizado que mantenha você um passo à frente da concorrência para identificar tendências e detectar oportunidades emergentes, resolver dificuldades on-line, elaborar novas ofertas em tempo hábil e entregar tudo de forma eficiente, especialmente para dispositivos móveis cada vez mais potentes. O segredo para promover um crescimento rentável é fazer com que seus clientes sintam que você os conhece e entende muito melhor do que qualquer outro varejista.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



## COMO ENTREGAMOS

O comércio Omni-channel consiste em ter visibilidade universal do inventário e dos clientes em praticamente todos os pontos de contato. A abordagem da IBM para comércio Omni-channel é balanceada para coordenar compras, insights, gerenciamento de inventário e atendimento de modo a oferecer uma experiência de compra personalizada e diferenciada.

Começamos com um **mecanismo digital único e avançado para recursos de e-commerce e mobilidade** com base no software **IBM WebSphere® Commerce**. Nossa solução é diferenciada no sentido em que pode oferecer suporte a modelos de business-to-consumer (B2C) e business-to-business (B2B) com a mesma qualidade. O software **IBM WebSphere Commerce** também pode fornecer um suporte confiável a varejistas globais com exigências de muitas marcas e muitos países, já que usa um projeto uniforme integrado que pode ser acessado facilmente em uma variedade de dispositivos móveis.

O próximo elemento crítico são os recursos de gerenciamento e atendimento de pedidos de cliente de ótima qualidade entregues por um **sistema de gerenciamento de pedidos distribuído** baseado no **IBM Sterling Distributed Order Management**. O gerenciamento de pedidos organiza cada pedido para tirar proveito do fornecimento do inventário mais vantajoso e de caminhos de atendimento flexíveis. Foi criado para possibilitar

uma visibilidade global contínua dos pedidos, independentemente do canal e das mudanças que poderão ocorrer nos pedidos. O Sterling também fornece suporte ao atendimento direto do fornecedor e a uma grande variedade de serviços com valor agregado, incluindo montagem, entrega de serviço e instalação. Além disso, a Sterling suporta a funcionalidade nos aplicativos dedicados para dispositivos móveis, equipando os associados da loja para seleção móvel de atendimento na loja e visibilidade do inventário para itens que não estão na loja.

As tecnologias inteligentes opcionais de conhecimento do local, como **IBM Presence Zones**, geram novos insights sobre o comportamento dos clientes nas lojas. Essa nova fonte de insights combina dados de visitas à loja, tempo de permanência e padrões de vendas e tráfego com atividades on-line para proporcionar uma imagem completa dos compradores. Assim, é possível conectar as atividades em diferentes canais para ajudar a gerar receita para a loja, aumentar a lealdade do cliente e diferenciar a marca.

Para completar, nós possibilitamos **recursos avançados e sofisticados de analytics digital** baseadas no software **IBM Digital Analytics Benchmark**, que permite que você detecte como os clientes estão reagindo à sua abordagem personalizada. Tais insights ajudam a estabelecer um ciclo de feedback e aprendizado para promover melhorias contínuas nos seus

processos de e-commerce e atendimento de pedido.

Dado o crescimento das vendas por dispositivos móveis, conectar-se com estes dispositivos dos clientes de forma eficiente é essencial. Nossa plataforma **MobileFirst** permite que você construa uma vez e implemente em diversas plataformas móveis, incluindo aplicativos móveis para associados da loja e outros funcionários de formas que podem ser gerenciadas com mais segurança para atender melhor os clientes.

**As soluções de comércio Omni-channel** da IBM foram criadas para funcionar tranquilamente em conjunto com nossas outras soluções, especialmente a **visão 360° do cliente e o marketing conectado**, para fornecer um único backbone digital para as interações com os clientes. O objetivo é deixar que seus clientes façam seus pedidos pela web, dispositivo móvel, tablet—onde quiserem—e selecionem entre serviços com valor agregado. Além disso, seus associados da loja preparados para a mobilidade podem verificar e entregar pedidos de inventário e dos clientes com mais facilidade, enquanto os representantes da central de atendimento podem fazer mudanças nos pedidos rapidamente.

As tecnologias IBM foram criadas para funcionar juntas de modo inigualável a fim de proporcionar uma experiência de compra verdadeiramente superior que seja capaz de promover a lealdade do cliente e ajudar a superar a concorrência.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM WebSphere Commerce</li> <li>IBM Sterling Order Management</li> <li>IBM Digital Analytics Benchmark</li> <li>IBM MobileFirst</li> <li>IBM Presence Zones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estratégia multicanal</li> <li>E-commerce da próxima geração</li> <li>Gerenciamento de pedidos no multicanal</li> <li>Projeto de experiência do cliente na web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comércio como serviço (WebSphere Commerce e Sterling Order Management)</li> <li>Sistemas de pagamento</li> <li>Analytics de Marketing e consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM WebSphere Commerce on Power Systems</li> <li>IBM Sterling Order Management on Power Systems</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### MEDIA-SATURN

Este varejista europeu de produtos eletrônicos implementou uma estratégia Omni-channel usando o IBM Commerce para construir lojas on-line que complementem suas lojas físicas, oferecendo opções aos consumidores na hora de decidir como comprar.

- O serviço de retirada no mesmo dia se tornou muito popular: mais de 40% dos clientes on-line o utilizam ao invés de aguardar as entregas.
- Aumentou significativamente suas vendas on-line desde o lançamento da experiência de compra multicanal.

### ISE

Este varejista coreano de moda, casa, beleza e estilo de vida implementou o IBM WebSphere Commerce e o IBM Sterling Order Management para integrar seus processos de gerenciamento de pedidos com os dados de inventário dos seus fornecedores

- Possibilitou entregas no momento exato para clientes em todo o mundo, assim como uma experiência de e-commerce inigualável e Omni-channel para clientes em novos mercados.
- Forneceu suporte a um crescimento acelerado e contínuo da receita superior a 40% ao ano.

### CABELA'S

Este importante varejista de mercadorias para uso ao ar livre implementou o IBM Sterling Order Management para coordenar o atendimento entre canais.

- Aumentou a precisão do inventário e, ao mesmo tempo, reduziu os custos de manipulação de inventário e de mão de obra relacionados.
- Simplificou a abertura de novas lojas.
- Aumentou a satisfação do cliente ao assegurar níveis de serviço mais elevados em diferentes pontos de contato, incluindo loja, web e catálogo



***Apesar de merchandising muitas vezes ser visto como uma arte, novas tecnologias já podem incluir a ciência nesses processos. Ao identificar rapidamente tendências em constante mudança, os sentimentos dos clientes e oportunidades de vendas, os compradores podem fazer as melhores escolhas de forma a maximizar seu retorno sobre o inventário e evitar reduções de preço.***



Tradicionalmente, o sucesso no varejo era determinado ao colocar a mercadoria certa nos locais certos da loja, no momento certo e pelos preços certos. Mesmo com todas as mudanças e complicações de hoje, essa função vital de reunir produtos e clientes permanece tão crítica quanto antes.

A novidade é aumentar o sistema central de merchandising com planejamento do sortimento antes da temporada e gerenciamento durante a temporada, além de incluir a dimensão do cliente. Considerando os clientes alvo, é possível desenvolver sortimentos customizados e diferenciados - por local ou canal - que atinjam as mais altas vendas, margens e satisfação do cliente.

Com relação aos produtos, o segredo é lidar com isso pensando na oferta completa que você definir: onde irá oferecer itens específicos e em qual quantidade, colocação, informações e contexto fornecidos em torno de cada produto, juntamente com fatores perenes, como preço e ocasião.

Ao mesmo tempo, os processos que levam a mercadoria dos fornecedores para as lojas e clientes precisam tirar proveito das mais recentes ferramentas de otimização da cadeia de suprimentos para promover a eficiência, transparência e prestação de contas mais altas possíveis.

Além disso, o gerenciamento de produto precisa ser informado de modo contínuo por um conhecimento em tempo real da dimensão do consumidor - o que os consumidores estão dizendo uns aos outros, como seu comportamento muda todos os dias - usando as principais tecnologias que utilizam redes sociais, mobilidade, big data analytics e nuvem.



# O que é necessário para construir redes de merchandising e suprimento mais inteligentes

Em primeiro lugar, você precisa ser capaz de antecipar com precisão as necessidades do cliente, além de alinhar uma oferta atraente de produtos, preços e promoções.

Isso requer informações precisas sobre o produto da empresa e a mais recente inteligência sobre o sentimento e o comportamento do cliente para definir as estratégias ideais de determinação de preço e promoção entre os canais.

É necessária uma visibilidade universal e em tempo real do inventário para otimizar seus processos de planejamento e atendimento com o intuito de criar uma rede de suprimento que possa oferecer uma entrega confiável com relação a mudanças na demanda, enquanto também maximiza a produtividade e a lucratividade do inventário.



## MERCHANDISING OMNI-CHANNEL



## OMNI-CHANNEL DE REDES DE SUPRIMENTOS



Vire a página para aprender sobre o portfólio de soluções IBM que possibilitam redes de merchandising e suprimento mais inteligentes.



# MERCHANDISING OMNI-CHANNEL

## COMO DEFINIMOS

O sortimento e a determinação de preço dos produtos são centrais para a marca de qualquer varejista. Em um mundo em que as mercadorias muitas vezes são indistinguíveis, os comerciantes enfrentam o desafio de oferecer um conjunto exclusivo de produtos, frequentemente com ciclos de vida mais curtos e promoções constantes, em diferentes regiões e pontos de contato com o cliente—tudo isso para atrair um cliente cada vez mais empoderado e discriminador.

No entanto, as soluções atuais de planejamento e análise baseadas em insights do cliente estão aprimorando os sistemas centrais de merchandising, possibilitando que se misture a arte—experiência, gosto e julgamento—com a ciência. Analytics avançada pode promover um entendimento mais profundo da propensão de compra e dos motivadores da demanda de tal forma que seja possível determinar os produtos, pontos de contato, locais, eventos e promoções mais desejáveis e rentáveis

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Informações sobre o produto da empresa utilizadas para promover vantagem competitiva

São habilitadas por fluxos de trabalho multifuncionais para gerenciar uma visão única e abrangente dos atributos do produto, do fornecedor e do local

- Incorporam fontes de dados externos e internos validadas por uma questão de precisão e velocidade
- Fornecem integração perfeita de dados do atributo para aplicativos analíticos, operacionais e voltados para o cliente

### Sortimentos customizados que combinam os produtos certos com os locais certos para oferecer aquilo que os clientes desejam comprar

Ferramentas flexíveis de planejamento e analytics ajudam a criar previsões de demanda que se baseiam em insights relativos aos principais acionadores do comportamento de compra para clientes, canais, locais e categorias de produtos alvo. É possível alinhar os ciclos de vida dos produtos e balancear o mix de produtos private-label e de marca para promover desempenho da categoria, margens e sortimento melhores a fim de atingir objetivos financeiros e de espaço.

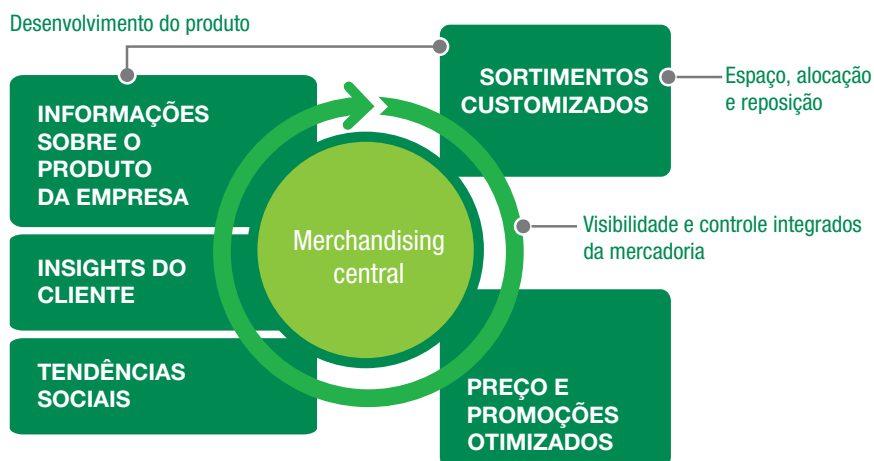
### Preço e promoções otimizados alinhados com as mensagens da marca e os objetivos financeiros

Coordene as estratégias de merchandising com ofertas de marketing personalizadas, incluindo posicionamento dos concorrentes, para conseguir visibilidade do efeito operacional das mudanças de preço em toda a categoria, canal e empresa.

### Visibilidade e controle integrados de mercadoria, focados em aumentar a precisão e a velocidade das decisões e ações de merchandising

Você precisa de transparência com relação aos motivadores do desempenho atuais, demanda futura do cliente e seus objetivos de negócios, incluindo tendências à medida que surgem por meio das redes sociais. Técnicas de analytics, como gráfico baseado em funções, alertas de exceção e cenários hipotéticos, ajudam a compreender o desempenho e a agir para gerar aumento da produtividade. A integração da análise de suporte ao planejamento e à decisão com sistemas de execução oferece melhores ferramentas aos comerciantes para tomar decisões melhores e mais rápidas antes da temporada, fazer ajustes durante a temporada e fazer compras à vista.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



### BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Aumento das vendas

Aumento da margem bruta

Rotatividade de inventário melhorada

## COMO ENTREGAMOS

A jornada de cada varejista para possibilitar novas capacidades de merchandising será única, dependendo do ponto de partida, objetivos e recursos. Os serviços de estratégia e implementação da IBM são fundamentais para nossas ofertas. O objetivo é ajudar a assegurar a implementação bem-sucedida de soluções IBM, assim como de soluções providas por terceiros, como Oracle, SAP e JDA Software.

Tudo começa com **informações precisas sobre os atributos do produto da empresa**. O software **IBM InfoSphere® Master Data Management Collaborative Edition** permite o lançamento gradual de atributos de um produto channel-to-enterprise com um portal dos fornecedores, fluxo de trabalho multifuncional e integração em sistemas centrais de merchandising e sistemas voltados para o cliente, como o software WebSphere Commerce.

O software **IBM SPSS** oferece analytics avançada do cliente para identificar os fatores além dos dados de ponto de venda (POS) que conduzem o comportamento de compra e

preveem o comportamento futuro nos níveis de SKU, categoria, cluster e localização para que seja possível customizar os sortimentos. O software **IBM Cognos TM1®** foi desenvolvido para permitir a criação e o gerenciamento de planos financeiros e de sortimento descendentes e ascendentes em diferentes canais, em todos os níveis, desde corporativo até cada SKUs, locais e períodos. O software **IBM DemandTec** foi desenvolvido para recomendar sortimentos que são idealmente adequados para locais específicos, enquanto consideram, ao mesmo tempo, os objetivos financeiros e restrições como espaço. As previsões de demanda e recomendações de sortimento resultantes podem ser exportadas para praticamente qualquer aplicativo de planejamento ou execução.

Depois que os sortimentos são estabelecidos, você precisa desenvolver **estratégias eficazes de determinação de preço** e gerenciar o ciclo de vida dos preços em todos os canais. O software **IBM DemandTec** pode gerenciar a determinação de preço em todo o ciclo de

vida de cada produto, além de coordenar eventos promocionais e ofertas de marketing personalizadas. Os preços ideais dos produtos são determinados com base em objetivos definidos pelo usuário, com usuários de negócios capazes de planejar e gerenciar o número e o tipo de mudanças nos preços e promoções.

Ao longo da temporada, você precisa de **visibilidade abrangente da mercadoria para controlar os níveis de estoque**. As capacidades do IBM Big Data and Analytics oferecem comparações multinível, gráficas e baseadas em exceções de planos, previsões e histórico; assim, os comerciantes conseguem entender mais claramente e gerenciar o desempenho de forma mais eficiente.

A IBM pode lidar com os complexos requisitos de integração em todas essas capacidades com nossas excelentes soluções de integração baseadas no software de integração IBM WebSphere.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM Cognos (Business Intelligence e TM1)</li> <li>IBM InfoSphere Master Data Management Collaborative Edition</li> <li>IBM SPSS</li> <li>IBM DemandTec</li> <li>Integração do IBM WebSphere</li> <li>IBM MobileFirst for iOS Store Associate Suite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estratégia de operações de mercadoria</li> <li>Gerenciamento central de mercadoria</li> <li>Gerenciamento de dados mestres (gerenciamento de informações sobre o produto)</li> <li>Estratégia de preço e receita</li> <li>Planejamento integrado da mercadoria</li> <li>Analytics avançada para merchandising</li> <li>Portal de mercado em diversos canais</li> <li>Otimização de preço, promoções e sortimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Serviços de gerenciamento de aplicativos para Oracle e SAP</li> <li>Sistemas centrais de merchandising em nuvens privadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merchandising central no Power Systems e no IBM PureApplication® System</li> <li>IBM PureData System for Analytics</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### VAASAN GROUP

Esta operadora europeia de padarias implementou uma solução de inteligência de negócios da IBM para descobrir padrões no comportamento de compra dos clientes em cada local de varejo do cliente.

- Aumentou em 30% sua capacidade de responder e atender ordens de vendas rapidamente.
- Atingiu um objetivo de entrega no prazo de 98,5%.
- Reduziu o risco de negócios ao alinhar matérias-primas, recursos humanos e planejamentos de produção com a demanda do cliente.

### VAREJISTA DE AUTOPEÇAS

Esta grande rede implementou o software IBM SPSS para customizar os sortimentos com maior precisão ao complementar a experiência dos gerentes de categorias com uma analytics avançada.

- Usou dados da população de veículos em uma área e a incidência de consertos e utilização relacionada de peças para prever a demanda.
- Ofereceu uma precisão 30% maior na colocação de inventário em toda a sua cadeia de suprimentos.
- Reduziu significativamente o tempo necessário para o planejamento do sortimento.

### PATAGONIA

Este varejista direcionado a praticantes de atividades ao ar livre utiliza analytics para monitorar e prever o inventário global em detalhes.

- Resultou em orçamento mais eficiente, melhor merchandising e análise e planejamento do suprimento.
- Possibilitou um planejamento de inventário mais detalhado, incluindo estilos e cores de produtos, assim como por região geográfica.



# REDES DE SUPRIMENTO OMNI-CHANNEL

## COMO DEFINIMOS

Uma vez que os clientes de hoje esperam flexibilidade para decidir como e quando comprar, receber, mudar e devolver mercadorias, os processos tradicionais de armazém, alocação e reposição para canais específicos talvez não supram mais essa demanda de forma eficiente. No ambiente Omni-channel atual, os gerentes de cadeia de suprimentos não podem mais contar com um conjunto padrão de métodos simples de fluxo de pedido para mover produtos da origem até o cliente. Os processos de front-office e de funções administrativas de apoio (back-office) precisam estar conectados para possibilitar o verdadeiro comércio “a qualquer hora e em qualquer lugar”.

Com o intuito de suprir a demanda, os principais varejistas estão promovendo agilidade em todo o ecossistema da cadeia de suprimentos ao investir em várias melhorias que podem gerar um valor significativo para o varejista e o cliente.

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Planejamento otimizado do inventário

Novos recursos de previsão de demanda baseadas em insights dos motivadores do comportamento de compra para cada canal, local e categoria de produto, gerando curvas e margens mais elevadas. Os algoritmos avançados fornecem uma modelagem de cenário multiobjetiva e multiescalão que pode ajudar você a otimizar as redes de suprimento e distribuição, o roteamento do transporte, o fluxo de produtos, o serviço e os níveis seguros de estoque.

### Visibilidade do inventário quase em tempo real

A visibilidade do inventário, da compra e do status do pedido do cliente, além da disponibilidade em diferentes canais, já é um imperativo para os varejistas omni-channel. Isso permite a correspondência em tempo hábil da oferta com a demanda, com uma visão quase em tempo real da demanda planejada, atual e prevista do cliente e dos níveis de inventário.

### Distribuição e atendimento Omni-channel

Cumprir a promessa do varejo Omni-channel é a próxima batalha competitiva. Para simplificar a coordenação dos processos de pedidos dos clientes, atendimento e devolução, os varejistas precisam de instalações de distribuição eficientes e com dupla finalidade (loja e pedidos do cliente), assim como da capacidade de gerenciar redes de operações de logística de entrada e saída.

### Colaboração de aquisições e fornecedores

Os varejistas precisam: gerenciar a integração global de ofertas e logística de recebimento internacional; automatizar o fluxo de informações com fornecedores e outros parceiros da rede de suprimentos; e gerenciar contratos e acordos de performance para otimizar a rede de suprimento.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



## BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Redução dos custos operacionais

Tempos de entrega mais rápidos

Maior disponibilidade de produtos

## COMO ENTREGAMOS

Tal como ocorre com as capacidades de merchandising, a jornada de cada varejista para possibilitar novas capacidades de cadeia de suprimentos será única e dependerá do ponto de partida, dos objetivos e dos recursos. Os serviços de estratégia e implementação da IBM são fundamentais para nossas ofertas. O objetivo ainda é ajudar a assegurar a implementação bem-sucedida de soluções IBM, assim como de soluções providas por terceiros, como Oracle, SAP, Manhattan Associates e JDA Software.

**Para otimizar o planejamento do inventário** é preciso detectar quais fatores além dos dados de POS conduzem o comportamento de compra e preveem o comportamento futuro no nível do local da SKU. O software **IBM SPSS** fornece essa analytics avançada do cliente. **Além disso, os aplicativos de otimização da cadeia de suprimentos do IBM Decision Optimization®** usam múltiplas variáveis, pesos definidos pelo usuário, modelagem de cenário e analytics

de otimização para oferecer novos insights de redes de distribuição, estratégias de fornecimento, roteamento de transporte, níveis de inventário e atividades de fluxo source-to-consumer. Esses insights ajudam a promover melhorias de desempenho alinhadas com as mudanças nos padrões de demanda.

**O IBM Cognos Business Intelligence e o IBM PureData Analytics** desenvolvidos com software Netezza podem permitir comparações multinível, gráficas e baseadas em exceções de planos, estado atual, previsões e histórico para que você tenha **visibilidade de inventário quase em tempo real** para a tomada de decisões. O **IBM Sterling Supply Chain Visibility** oferece uma visão abrangente da sua atividade de suprimento de entrada e atendimento de saída em toda a rede de suprimento ao fornecer e utilizar conectividade “em qualquer lugar e a qualquer hora” com seus parceiros comerciais e aplicativos corporativos.

A coordenação dos processos de atendimento do pedido do cliente em toda a sua empresa e rede de fornecedores é essencial para oferecer distribuição e atendimento Omni-channel de verdade para os clientes. O **IBM Sterling Order Management** foi criado para permitir fornecimento de inventário baseado em regras, caminhos flexíveis de atendimento e visibilidade global contínua para todos os pedidos, independentemente dos canais pelos quais estão passando ou das mudanças que poderão ocorrer neles.

A última competência principal é a **colaboração entre o fornecimento e o fornecedor**. O **IBM Sterling B2B Integration** foi criado para fornecer visibilidade dos dados e automatizar o processo de negócios de “comprar-vender-enviar-pagar” completo, que envolve uma série de documentos compartilhados com parceiros comerciais, tais como fornecedores, bancos e empresas de logística de terceiros.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM Sterling (sistema de gerenciamento de transporte, gerenciamento de pedidos, visibilidade da cadeia de suprimentos e B2B integration)</li> <li>Otimização da cadeia de suprimentos do IBM Decision Optimization</li> <li>Gerenciamento de fundo de comércio do IBM DemandTec</li> <li>Portal de fornecedores do IBM WebSphere</li> <li>Software de integração do IBM WebSphere</li> <li>IBM Cognos Business Intelligence</li> <li>IBM SPSS</li> <li>IBM PureData Analytics desenvolvido com software Netezza</li> <li>IBM MobileFirst for iOS Store Associate Suite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planejamento e execução da cadeia de suprimentos</li> <li>Fornecimento e compras</li> <li>Analytics da cadeia de suprimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Serviços de gerenciamento de aplicativos para Oracle e SAP</li> <li>Sistemas centrais de merchandising em nuvens privadas</li> </ul> <p><b>Plataformas de tecnologia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicativos de armazém e transporte no IBM Power Systems e no PureApplication System</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### EL CORTE INGLES

Este grande grupo europeu de lojas de departamento implementou a IBM Analytics para criar uma experiência de cliente mais inigualável em todos os pontos de contato e canais

- Possibilitou um recurso de clicar e coletar para que os clientes possam encomendar produtos on-line e retirá-los na loja.
- Ajudou a reduzir os custos e tempos de entrega da cadeia de suprimentos por meio de visibilidade em tempo real da disponibilidade e local do produto, juntamente as regras de negócio que otimizam a entrega.

### COSMO LADY

Um varejista chinês de vestuário implementou o IBM Decision Optimization para alinhar melhor o inventário de produtos com as tendências de moda que mudam rapidamente.

- Definiu as quantidades de inventário de sortimento customizado necessárias para cada loja.
- Aumentou a renda de vendas por loja em uma média de 6%.
- Antecipou a redução dos níveis de inventário por loja em 50%, com redução do inventário geral superior a 35% em toda a rede.

### TOP TOYS

Uma das maiores empresas de brinquedos do mercado do norte europeu implementou o software IBM Cognos Business Intelligence para melhorar sua previsão de inventário e alinhar seus pedidos com a demanda prevista pelos clientes.

- Automatizou o relatório da categoria, economizando um dia por mês para os gerentes.
- Combinou dados de previsão e sistemas ERP para comprar as quantias certas dos produtos certos.
- Forneceu novos insights de como o layout da loja afeta as vendas.



***As operações mais inteligentes englobam uma série de melhorias criadas para simplificar os processos de funções administrativas de apoio; tirar proveito de modelos de entrega com custo reduzido; otimizar capacidades de pessoas, processos e sistemas no nível da loja e da empresa; proteger o negócio frente a ameaças que evoluem rapidamente; e estabelecer uma visibilidade muito maior do desempenho organizacional.***



Muitas opções novas já estão disponíveis para os varejistas que precisam considerar formas de aumentar a eficiência e reduzir o custo de diversos processos de funções administrativas de apoio, incluindo segurança, finanças, administração, RH, recrutamento, compras de itens que não são mercadoria e gestão imobiliária. Ao utilizar modelos de entrega globais e a execução de alta qualidade disponíveis por meio de serviços gerenciados, as economias de custo podem ser surpreendentes.

TI é outra área em que avanços recentes abriram caminho para eficiências que, até então, estavam fora de alcance. Novas plataformas de tecnologia, como nuvem e mobilidade, oferecem maneiras de implementar novos aplicativos e funcionalidades de maneira muito mais rápida e econômica para funcionários, lojas e parceiros, enquanto a analytics avançada pode aumentar significativamente a eficiência do gerenciamento do portfólio de aplicativos. Na realidade, abordagens baseadas em nuvem podem ser um diferenciador vital para ajudar os varejistas a diminuir os custos de TI, tornar a TI muito mais flexível e robusta e ativar rapidamente uma ampla gama de inovações de negócios críticas que, caso contrário, seriam impraticáveis.

Dados os perigos do ambiente atual, os executivos de varejo precisam enfrentar o desafio da segurança digital de maneira estratégica e a longo prazo, usando uma abordagem em várias camadas. É muito importante antecipar as ameaças de segurança e adotar defesas em profundidade com o objetivo de minimizar a probabilidade de um ataque bem-sucedido; usar mecanismos de detecção avançados e automatizados para detectar padrões e intrusões rapidamente; e estabelecer uma cultura de vigilância informada que esteja preparada para reagir rapidamente a ataques.

Do mesmo modo, as ofertas mais recentes nas áreas de medida de desempenho e relatório podem causar avanços fundamentais no estabelecimento de transparência entre funções, momento do relatório e capacidade de alinhar métricas e incentivos para promover coordenação entre várias organizações, planejamento, medida, prestação de contas e desempenho.

# O que é necessário para promover operações mais inteligentes

Em primeiro lugar, é necessário reconsiderar como cada uma das funções de suporte é executada, tirando proveito das opções de ponta que estão disponíveis para utilizar ferramentas e recursos de menor custo e maior produtividade.

Em seguida, é necessário assegurar que você está usando a infraestrutura de maior qualidade e menor custo para dar suporte aos seus processos de negócios, utilizando a computação em nuvem, apoiando a mobilidade e outras capacidades interativas para suas lojas e garantindo segurança e privacidade para sua organização e seus clientes.

Por fim, você precisa estabelecer planejamento, analytics e relatório de ponta para conseguir uma vantagem na hora de atender os clientes e descobrir novas maneiras de gerar valor a partir de investimentos e operações.



## TRANSFORMAÇÃO DAS FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS DE APOIO (Back-Office)



## SEGURANÇA NO VAREJO E INFRAESTRUTURA DA LOJA



## INSIGHTS E GERENCIAMENTO DE DESEMPENHO



Vire a página para aprender sobre o portfólio de soluções IBM que possibilitam operações mais inteligentes.



# TRANSFORMAÇÃO DAS FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS DE APOIO (Back-Office)

## COMO DEFINIMOS

Os varejistas estão sempre sob pressão para aumentar a eficiência operacional, reduzir os custos e aumentar a produtividade nos níveis da loja e da empresa. Os processos de funções administrativas de apoio podem ser uma das áreas mais produtivas para procurar economias.

Nossa visão para a transformação das funções administrativas de apoio utiliza avanços nas tecnologias de nuvem, social e mobilidade para simplificar e transformar as capacidades operacionais das funções administrativas de apoio a fim de ajudar os varejistas a gerenciar seus relacionamentos com clientes, funcionários e fornecedores de modo mais eficaz, além de aumentar a visibilidade do desempenho organizacional em toda a empresa

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Uma abordagem estratégica para determinar quais processos considerar para a terceirização de tarefas

Procure processos que são críticos para as operações, mas oferecem poucas oportunidades para uma diferenciação competitiva. Finanças, contabilidade e compras não comerciais são apenas alguns dos muitos exemplos no setor de varejo.

### Um parceiro de negócios que possa utilizar escala e recursos globais para entregar com confiança, segurança e qualidade

É necessária uma capacidade global ampla para tirar proveito das melhores opções de talent-to-value, com a mais alta qualidade e controles que incluem atenção à crescente importância da segurança e privacidade de dados. Certifique-se de que as necessidades características do varejo, como oferecer serviços de RH para uma população geograficamente dispersa de funcionários de lojas, sejam atendidas.

### Uma metodologia bem desenvolvida para customizar seus serviços gerenciados para seus requisitos e circunstâncias de negócios específicos

Uma metodologia comprovada para instituir controle de qualidade e consistência em todos os processos, juntamente a capacidade de incorporar aprendizados em processos para torná-los mais eficientes e promover produtividade incremental são competências centrais para os provedores de serviços gerenciados.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS

### Processos do varejista

Merchandising  
Cadeia de suprimento  
Vendas  
Finanças  
Recursos humanos  
Marketing  
Operações



### Fornecidos por meio de serviços gerenciados



## BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Redução dos custos gerais e administrativos

Melhor gerenciamento de desempenho por meio de transparência das principais métricas de desempenho e painéis

Menor risco de roubo de dados e liberação não autorizada de dados privados do cliente

Redução de custos operacionais



## COMO ENTREGAMOS

A IBM possui um imenso conhecimento prático de negócios para ajudar os varejistas a identificar oportunidades mensuráveis de crescimento de modo a transformar os processos de funções administrativas de apoio em economias de custo imediatamente, bem como para um desempenho sustentado a longo prazo.

Os varejistas normalmente consideram serviços gerenciados para capacidades operacionalmente críticas, mas que não diferenciam da concorrência. Os serviços gerenciados da IBM são focados em várias delas, incluindo:

**Finanças e administração:** Além de ajudar a organizar o gerenciamento de despesas e aumentar a visibilidade das despesas, os serviços gerenciados de procure-to-pay da IBM também conduzem padrões de processos e dados corporativos para insights de negócios aprimorados, controle da conformidade mais rigoroso e melhor desempenho financeiro.

- A IBM fornece suporte a 40 idiomas em mais de 60 países.
- A IBM gerencia mais de US\$ 50 bilhões em receita para clientes como parte dos nossos processos de pedido de order-to-cash.

A IBM também oferece soluções de software

de gerenciamento de instalações e imóveis que ajudam os varejistas a gerenciar investimentos de capital em lojas, armazéns, centros de distribuição e outras propriedades.

### Gerenciamento da cadeia de suprimentos:

A IBM ajuda a aumentar o valor das despesas do varejista ao utilizar nosso poder de compra substancial. É vantajoso principalmente para os varejistas que desejam reduzir os custos de compras de itens que não são mercadorias, minimizar riscos, aumentar a conformidade e impactar diretamente no desempenho financeiro.

- A IBM gerencia despesas anuais agregadas superiores a US\$ 48 bilhões.
- Normalmente, o payback para os clientes ocorre no prazo de 12 meses, com um ROI de 5 - 10x sobre as taxas de terceirização das compras.

**Recursos humanos:** A IBM integra nossos especialistas experientes em RH, recrutamento e aprendizado com tecnologia comprovada e foco em iniciativas estratégicas centrais de RH e talentos para criar uma experiência de funcionário e gerente de alta qualidade que seja de baixo risco e conformidade forte.

O software baseado em nuvem e a **terceirização do processo de recrutamento (RPO)** integram

peças e processos, fornecendo soluções engajando uma mão de obra mais inteligente e eficaz em funções de negócios críticas. A IBM oferece suporte para 8.900 clientes em vários segmentos de mercado (como serviços financeiros, farmacêuticos, varejo e bens de consumo).

À medida que trabalhamos para estruturar os serviços gerenciados certos para você, utilizamos nossos especialistas em inovação de processos que têm conhecimento de Six Sigma, Lean, engenharia industrial, benchmarking, analytics avançada e modelagem. Utilizando a metodologia guiada pela analytics exclusiva da IBM conhecida como EPIC (Enterprise Process Innovation Continuum), podemos acelerar a inovação de processos e gerar resultados de negócios significativos.

Com mais de 50 centros de entrega em cinco continentes usando processos padronizados, a IBM pode distribuir o trabalho de forma eficiente, executar com consistência e transferir trabalho entre unidades conforme necessário para ajudar a assegurar a resiliência dos negócios. Tudo isso é respaldado pelos investimentos consideráveis em tecnologia da IBM.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Serviços gerenciados por meio da IBM Global Process Services	Soluções de software utilizadas em serviços gerenciados da IBM	Serviços de melhoria e implementação de processos	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanças e administração</li> <li>• RH e administração da folha de pagamento</li> <li>• Compras de itens que não são mercadorias (indiretas) e gerenciamento da cadeia de suprimentos</li> <li>• Recrutamento</li> <li>• Pagamentos globais</li> <li>• Serviços de segurança gerenciados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Software IBM Emptoris para gerenciamento de contratos de fornecimento e compras</li> <li>• Software IBM TRIRIGA® para gerenciamento de lojas e instalações</li> <li>• Software IBM Maximo® de integração de ativos</li> <li>• Software IBM Kenexa® para recrutamento</li> <li>• Muitas outras soluções de software IBM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IBM Finance Healthcheck</li> <li>• IBM Jumpstart for Risk, Finance, Fraud</li> <li>• IBM Application Portfolio Assessment</li> <li>• IBM Enterprise Architecture Assessment</li> <li>• IBM Enterprise Asset Management</li> <li>• IBM Smarter Workforce Accelerator</li> <li>• IBM Workforce and Talent Assessment</li> <li>• IBM Security Operations Optimization</li> <li>• IBM Security Consulting Services</li> <li>• IBM IT Security Consulting Services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IBM POWER7+™, IBM PureFlex™ System, System x</li> <li>• IBM SmartCloud Enterprise+ (POWER, Intel), SoftLayer (Intel)</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### OVERLAND

Este varejista de acessórios usa o IBM Kenexa Best Workplaces para medir a eficácia do seu programa de treinamento e desenvolvimento de liderança.

- Engajamento monitorado para confirmar se os gerentes das lojas estão usando o que aprendem.
- Melhor desenvolvimento e treinamento de gerência para manter os líderes conectados e comprometidos com sua missão.
- Medição aprimorada do desempenho do funcionário para uma melhor visibilidade corporativa para comparação de desempenho.

### CHARLOTTE RUSSE

Este varejista de roupas especiais dos Estados Unidos contratou IBM Global Technology Services, Integrated Technology Services e IBM Global Business Services para ajudá-lo a configurar seu novo ambiente de datacenter e transferir seu software existente.

- Permitiu que a equipe interna se dedicasse a projetos estratégicos.
- A IBM concluiu a transição com duas semanas de antecedência, poupando tempo e dinheiro. Além disso, a documentação da IBM ajuda a empresa com o planejamento.

### IKEA

Este varejista global de móveis residenciais implementou uma solução de gerenciamento de ativos e instalações da IBM para monitorar seus ativos, automatizar o gerenciamento preventivo e controlar as tendências de uso e conserto de equipamentos.

- Ajudou a aumentar a eficiência energética e a promover o uso de energias renováveis.
- Melhorou a experiência de cliente ao ajudar a assegurar que as lojas sejam convidativas e estejam em ótimas condições.
- Antecipa uma economia de 5% nas despesas globais com gerenciamento de instalações em um período de seis anos.



# SEGURANÇA NO VAREJO E INFRAESTRUTURA DA LOJA

## COMO DEFINIMOS

A TI do varejo deixou de ser vista principalmente como um centro de custo e agora é reconhecida como um diferenciador competitivo em potencial. Entretanto, um varejista típico gasta uma quantia significativa do seu orçamento de TI apenas para “manter as luzes acesas” com uma infraestrutura existente—e, muitas vezes, legada — ao invés de entregar uma nova funcionalidade com valor agregado. Isso indica uma oportunidade considerável de economizar em custos básicos de TI e liberar tais fundos para novas capacidades digitais necessárias para entender e atender clientes, especialmente quando estão nas suas lojas.

Para fornecer suporte às novas capacidades interativas e móveis que os clientes exigem e de que os funcionários precisam, é fundamental atualizar a infraestrutura da loja. Fornecer acesso wireless e trazer a interatividade e a emoção das compras digitais para as lojas é algo que os clientes pedem. Colocar informações contextuais ao alcance dos associados em tempo real lhes dá a capacidade de atender os clientes de forma inigualável.

Com todos esses pontos de contato novos dentro e fora da empresa, a segurança está em primeiro lugar nas mentes dos executivos de varejo. O ambiente atual de hackeamento organizado está aumentando a frequência e a sofisticação dos ataques, o que cria novas demandas para as operações de segurança, que precisam antecipar, detectar e responder. Implementar defesas mais fortes, repensar os controles de processos e trabalhar com a aplicação da lei para investigar tentativas de intrusão são estratégias importantes para se proteger de falhas na segurança digital.

## O QUE VOCÊ PRECISA

### Estratégia de segurança corporativa para prever futuros problemas de segurança por meio de detecção, remoção e reparação antecipadas

Antecipe ameaças de segurança, use mecanismos de detecção automatizados e avançados para detectar padrões e estar preparado para reagir rapidamente e de forma eficaz para interromper ataques. Um projeto avançado de segurança de TI é crítico para proteger dados críticos e sistemas, assim como proteger clientes e a empresa de acesso não autorizado.

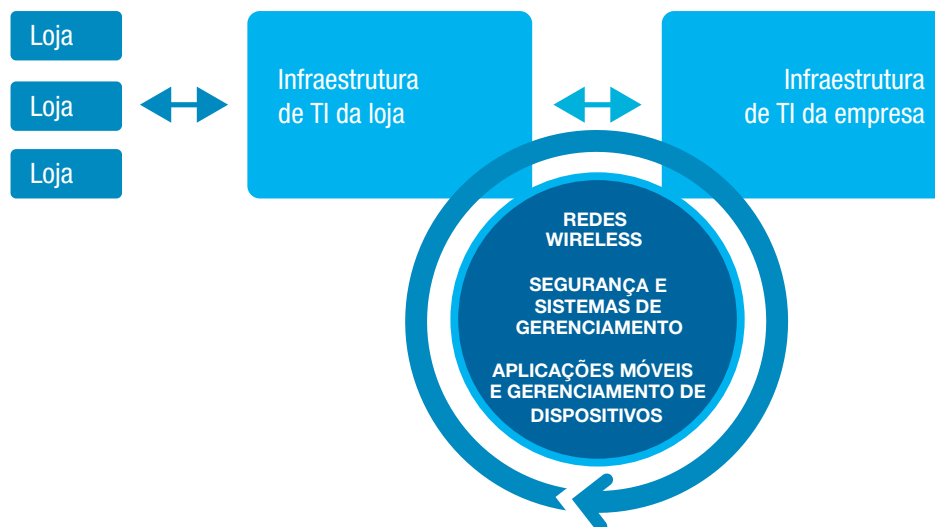
### Plataformas de tecnologia avançada criadas para reduzir o desperdício e facilitar uma implementação de aplicativos rápida e de baixo custo

Os modelos de virtualização e computação em nuvem foram criados para ajudar seus custos e a capacidade não usada. As últimas novidades em implementação de aplicativos automatizados permitem que você configure ambientes de modo mais rápido e econômico, além de promover a implementação mais rápida de novos recursos, incluindo aplicativos móveis e tecnologias digitais. O gerenciamento avançado do portfólio de aplicativos facilita o teste, o gerenciamento, e a segurança, assim como, o desenvolvimento de recursos e funções incrementais com valor agregado ajuda você a desenvolver rapidamente as capacidades que os clientes esperam.

### Otimização da infraestrutura de TI da loja

Atualize a infraestrutura, desenvolva novas capacidades digitais e gerencie eficazmente recursos a fim de dar suporte à mobilidade empresarial e novos modelos de computação nas lojas. Atualize a arquitetura da loja, implemente redes nas lojas e aplicativos para o usuário final, além de gerenciar dispositivos.

## EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



## BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Redução das despesas gerais com TI

Tempo de implementação mais rápido da nova funcionalidade

Menor probabilidade de violações de segurança

## COMO ENTREGAMOS

Normalmente não é possível atualizar e proteger a empresa - especialmente no caso de lojas - por meio de uma única solução ou pacote de software. É necessário um conjunto de elementos customizados para satisfazer suas necessidades e destinados a gerar vantagens de custo significativas para sua organização de TI. Esta é uma das especialidades da IBM, na qual temos obtido sucesso há muitos anos. Nossa abordagem foi concedida para liberar fundos de TI que estão sendo desperdiçados em projetos atualmente ineficientes.

Ao utilizar plataformas de tecnologia avançada, tais como a família **IBM PureSystems®** e o **IBM PureApplication System**, podemos consolidar e otimizar o uso de sistemas de forma eficiente para entregar aplicativos de varejo como merchandising, cadeia de suprimentos, loja, e-commerce, finanças, RH e analytics. Também utilizamos a infraestrutura de nuvem global **SoftLayer** para computação em nuvem a fim de acelerar a implementação

de novos sistemas de carga de trabalho e aplicativos, bem como para oferecer eficiência e economia por meio de uma variedade de modelos possíveis, que vão desde as instalações até totalmente hospedados e gerenciados.

Conforme os mundos físico e digital convergem, ajudamos você a implementar a infraestrutura wireless certa para trazer a interatividade e o engajamento do on-line para suas lojas. As tecnologias móveis podem permitir que você tenha um diálogo relevante e contínuo com os clientes. O **IBM MobileFirst Infrastructure Consulting Services** pode ajudar você a estabelecer uma estrutura de tecnologia com uma estratégia de infraestrutura móvel que esteja de acordo com suas metas de negócios.

O próximo elemento é estabelecer uma estrutura eficiente para testar, manter e gerenciar sua carteira de aplicativos. Ao utilizar nossas aptidões para gerenciar aplicativos corporativos globalmente, podemos implementar métodos de teste eficientes com

o intuito de aumentar a qualidade das suas capacidades e desenvolver novos recursos e funções de maneira econômica.

Isso aumenta com nossas soluções de segurança de TI e gerenciamento de sistemas líderes no segmento de mercado, baseadas no software **IBM Tivoli®**, que protege a loja e a empresa e ajuda a facilitar a segurança de dados, a privacidade e a conformidade.

A IBM oferece uma das mais avançadas e abrangentes carteiras de serviços e soluções relacionados à segurança para o segmento de varejo; nossa estratégia de segurança corporativa engloba segurança do sistema avançada para defender cada ponto de acesso à rede, analytics avançada para procurar e detectar continuamente padrões que possam indicar uma intrusão, além de controles de processos eficazes e mecanismos de resposta rápidos para estabelecer uma cultura de vigilância informada, bem como possibilitar uma ação rápida quando ocorrer uma violação

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Serviços gerenciados por meio da equipe <b>IBM Global Technology Services®</b> :	Serviços gerenciados por meio da equipe <b>IBM Global Business Services®</b> :	Soluções de software	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM SmartCloud® Enterprise+ (POWER, Intel), Softlayer® (Intel)</li> <li>Fiberlink Gerenciamento de dispositivos móveis na nuvem</li> <li>Serviços de segurança gerenciados</li> <li>Serviços de segurança de TI para: nuvem, aplicativo, dados, resposta emergencial, gerenciamento de identidade e acesso,</li> <li>Risco de TI, consultoria de segurança, controle e conformidade</li> <li>IBM MobileFirst Infrastructure Consulting</li> <li>Mobile Enterprise Management Services</li> <li>Mobile Infrastructure Integration and Optimization Services</li> <li>Payment Card Industry (PCI), avaliação de conformidade e serviços</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teste e gerenciamento de aplicativos</li> </ul> <p><b>Serviços de melhoria e implementação de processos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enterprise Architecture Assessment</li> <li>Security Consulting Services</li> <li>IBM Cybersecurity Executive Awareness Briefing</li> <li>IBM Security Maturity Benchmark Assessment</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM Tivoli</li> <li>IBM Cognos Business Intelligence</li> <li>IBM Presence Zones</li> <li>Integração de Ativos do IBM Maximo</li> <li>IBM QRadar® Security Intelligence Platform;</li> <li>IBM Trusteer Apex</li> <li>IBM Security Key Lifecycle</li> <li>IBM Security SiteProtector™ System</li> <li>IBM Network IPS</li> <li>IBM Guardium Database Activity Monitoring and Encryption Expert</li> <li>IBM Endpoint Manager</li> <li>IBM Security AppScan®</li> <li>IBM X-Force ®</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plataformas preferenciais: System x, POWER7+ e PureFlex System</li> <li>IBM Retail Data Warehouse em IBM Power Systems</li> <li>IBM InfoSphere Master Data Management Collaborative Edition em IBM Power Systems</li> <li>Planejamento de recursos corporativos (ERP) de varejo (SAP e Oracle) em IBM PureSystems</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### REDE DE ROUPAS ESPECIAIS

Este varejista europeu implementou uma estratégia de consolidação e virtualização de TI baseada em servidores da IBM.

- Permitiu a consolidação de 20 sistemas independentes em sete servidores da IBM, reduzindo os requisitos de espaço em 65% e diminuindo o consumo de energia em 50%.
- Possibilitou uma alocação muito mais eficiente da capacidade de processamento existente e a habilidade de incluir uma nova capacidade por meio da virtualização usando servidores da IBM.

### CIRCULO K

Esta rede de lojas de conveniência mexicana implementou o IBM® PureFlex System para consolidar e atualizar sua infraestrutura.

- O PureFlex forneceu uma solução mais escalonável e disponível, que reduz a perda de receita e oferece um melhor atendimento ao cliente.
- Como não sofre mais com tempo de inatividade significativo do sistema, a Circulo K México aumenta sua receita em milhões de dólares a cada ano.

### COOP ESTENSE

Esta rede italiana de supermercados e hipermercados implementou o Tivoli Endpoint Manager para automatizar a conformidade de todos os terminais sem aumentar a carga de gerenciamento para a equipe de TI.

- Substituiu uma série de soluções anteriores, incluindo antivírus, gerenciamento de atualizações e controle remoto.
- O ROI foi conduzido pelo fato de o custo do Tivoli ser inferior aos custos de manutenção associados às ferramentas anteriores.



## INSIGHTS E GERENCIAMENTO DE DESEMPENHO

### COMO DEFINIMOS

Para promover crescimento e lucros em uma verdadeira organização omni-channel, todos precisam trabalhar consistentemente em busca de um conjunto único, coerente e visual de informações compartilhadas, planos de negócios, metas financeiras e objetivos. Porém, a realidade é que, para a maioria dos varejistas, as principais funções ainda acontecem predominantemente em silos separados, com falta de alinhamento entre operações, canais, marketing, merchandising e cadeia de suprimentos. Muitas vezes há uma desconexão entre as medidas financeiras que orientam a forma das pessoas de tomar decisões e o desempenho real dos indivíduos. Esse problema é exacerbado pela falta de maneiras eficazes de identificar tendências e problemas com antecedência de modo a se mover rapidamente para reagir a eles.

A resposta é implementar o conjunto de capacidades que chamamos de insights e gerenciamento de desempenho e, em seguida, utilizar isso para promover a visibilidade do desempenho e o alinhamento de incentivos pelo desempenho em toda a organização. Também precisa existir um alinhamento da estratégia corporativa com a execução operacional. Os varejistas que se destacam nessa área ficam um passo à frente dos concorrentes na hora de entender o que fazer depois—e que a inteligência pode ser fundamental para gerar um lucro incremental significativo

### O QUE VOCÊ PRECISA

#### Planejamento financeiro corporativo, previsão e relatório para definir métricas e objetivos para cada função na organização em conformidade com a estratégia de negócios geral

O desenvolvimento de métricas consistentes em todos os departamentos é essencial para o alinhamento de planos descendentes e ascendentes, assim como para assegurar que todos trabalhem em busca de objetivos e projetos comuns. A análise de hipóteses e a modelagem de cenários podem ajudá-lo a determinar o impacto financeiro das decisões de negócios e a escolher o melhor curso de ação. O relatório e a analytics oferecem identificação em tempo hábil de problemas de execução por meio de alertas e rastreamento de tendências, enquanto as ferramentas flexíveis de planejamento permitem que você refaça os planos rapidamente à medida que as condições de negócios mudam.

#### Gerenciamento do desempenho de vendas para aumentar a visibilidade das despesas e possibilitar vários tipos de planos de compensação

A automatização do processo de calcular e relatar o pagamento de base variável forneceu maior visibilidade e prestação de contas para uma das maiores despesas variáveis das organizações - a equipe. Ferramentas eficientes permitem que você use novos tipos de planos de compensação que podem promover o comportamento de vendas desejado, reduzir os ciclos operacionais de comissão e eliminar erros de excesso de pagamento.

#### Analytics avançada para identificar as causas e diferenças emergentes no desempenho, além de antecipar mudanças nas demandas do mercado

O objetivo é ser o primeiro a entender as causas; antecipar diferenças no desempenho; e identificar mudanças na demanda do cliente, concorrentes, fornecedores e na economia. A análise preditiva permite uma previsão rápida para se ajustar às mudanças e avaliar cursos de ação alternativos

#### Computação cognitiva para se aprofundar em assuntos e insights em locais que possivelmente nunca foram explorados

A nova era da tecnologia cognitiva processa informações de forma mais parecida com um humano do que um computador—entendendo a língua natural, gerando hipóteses com base em evidências e acelerando a pesquisa e a descoberta ao desbloquear padrões em todos os tipos de dados para responder a perguntas com precisão.

### EXEMPLO DO CONTEXTO NOS NEGÓCIOS



### BENEFÍCIOS EM POTENCIAL

Melhor alinhamento organizacional

Melhor colaboração

Melhor lucratividade geral

## COMO ENTREGAMOS

O segredo do planejamento, relatório e análise de desempenho é conseguir uma forte integração de pessoas, processos e sistemas para coordenar o planejamento e a medida em toda a empresa. O primeiro elemento, que possibilita um processo eficaz de **planejamento financeiro corporativo**, orçamentário e preditivo é entregue com o software de planejamento corporativo **IBM Cognos TM1**.

Usando dados de desempenho e suposições, o software Cognos TM1 permite realizar análise de hipóteses e modelar o efeito das decisões de negócios. A partir daí, capacita você a criar um plano financeiro corporativo para estabelecer e regular metas operacionais e planejamento para cada área funcional. Esta é a forma de ajudar a assegurar que as métricas e incentivos definidos para cada comprador, planejador de mercadorias, especialista em cadeia de suprimentos, profissional de marketing ou planejador de promoções, gerente de loja e

profissional de RH estejam diretamente ligados às metas corporativas gerais: todos os membros da organização são capazes de agir em conjunto para promover crescimento e lucros.

O **gerenciamento de desempenho de vendas** ajuda a alinhar o desempenho de vendas associado com a estratégia corporativa. Por meio de automação e novos planos, é possível aumentar a precisão, reduzir os custos e promover as ações e o desempenho de vendas desejado com incentivos adequados, fornecendo melhorias mensuráveis para sua organização.

O próximo elemento, um **sistema abrangente de medida e relatório de desempenho**, é entregue com o software **IBM Cognos Business Intelligence**. O software Cognos Business Intelligence pode produzir relatórios, fornecer painéis e entregar scorecard e análise para controlar as principais métricas de forma que gerentes e executivos consigam controlar e entender o desempenho operacional e financeiro.

A **analytics avançada do IBM SPSS** ajuda você a entender a causa, antecipar as diferenças de desempenho e avaliar ações alternativas para poder prever com confiança o que acontecerá em seguida, possibilitando a tomada de decisões mais inteligentes, a resolução de problemas e a melhoria dos resultados.

A computação cognitiva é o elemento final e altamente intrigante. O **Watson** da IBM, uma tecnologia cognitiva, processa informações mais como um humano do que um computador; ao entender a linguagem natural, pode representar uma grande mudança na capacidade de uma organização de analisar, entender e responder rapidamente a mudanças nos negócios. A capacidade do Watson de responder a perguntas complexas com rapidez, precisão e confiança está transformando a tomada de decisões em vários segmentos de mercado, inclusive respondendo a alguns dos problemas mais importantes e complexos do varejo.

## OFERTAS SELECIONADAS DA IBM

Soluções de software	Serviços de melhoria e implementação de processos	Serviços gerenciados	Plataformas de tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM Cognos TM1</li> <li>IBM Cognos Business Intelligence</li> <li>IBM SPSS</li> <li>IBM Cognos Sales Performance Management</li> <li>Watson Engagement Advisor</li> <li>Watson Explorer</li> <li>Watson Discovery Advisor</li> <li>Watson Analytics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Insight de desempenho do CFO</li> <li>Início da analytics de negócios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BPO Record-to-Report Services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBM PureSystems</li> <li>IBM PureData System for Analytics</li> <li>Cloud for Varicent</li> </ul>

Mais informações sobre cada uma dessas ofertas estão disponíveis no website [ibm.com.br](http://ibm.com.br). Entre em contato com seu representante da IBM para agendar uma reunião.

## ESTUDOS DE CASO

### GIANT TIGER

Esta loja de descontos canadense implementou o software IBM Cognos TM1 para automatizar os processos de orçamento e previsão baseados em planilha.

- Reduziu o ciclo de orçamento em 85%, enquanto eliminou a coleta de dados baseada em planilha, economizando 220 horas por mês.
- Permitiu que usuários baseados na loja inserissem dados reais diretamente no sistema por meio de uma interface da web simples.
- Entregou um ROI de 100% em dois anos.

### MARINEMAX

A MarineMax, um dos maiores vendedores de barcos do mundo, construiu uma plataforma de analytics de negócios corporativa com base nas tecnologias IBM Cognos e IBM InfoSphere.

- Permitiu a tomada mais rápida de decisões estratégicas e financeiras.
- Forneceu insights operacionais para entender a demanda do cliente.
- Possibilitou a realocação do orçamento de marketing para campanhas mais eficazes.

### ATVR

Um varejista de álcool islandês controlado pelo governo implementou o IBM Cognos Business Intelligence e o Cognos Metrics Studio para gerenciar e controlar uma ampla gama de métricas de desempenho nas lojas, armazéns e sede da empresa.

- Reduziu os custos de pessoal do armazém em 29% por meio de um planejamento mais preciso da carga de trabalho.
- Reduziu os custos de pessoal da loja em 10% ao calcular os requisitos de equipe com base no tráfego.

# Compromisso da IBM com a indústria de varejo

A IBM tem mais de 4.000 profissionais focados na indústria de varejo em todo o mundo, além de uma das maiores redes globais que atendem o varejo, com quase 2.000 Parceiros de Negócios IBM.

Sua superioridade no desenvolvimento das principais soluções para segmentos de mercado é resultado direto do forte compromisso com a pesquisa e o desenvolvimento. Investimos mais de US\$ 6 bilhões por ano em P&D e, por 21 anos consecutivos, fomos a organização que mais obteve patentes no mundo. A IBM obteve mais de 6.809 patentes somente em 2013.

Temos orgulho dos nossos esforços no sentido de transformar o mundo em um lugar mais seguro, limpo e próspero, que nos levaram a lançar a série de iniciativas do IBM Smarter Planet®:



## **Varejo mais inteligente**

Iniciativa da IBM para promover melhorias na indústria de varejo



## **SmartCloud**

Ecosistema de soluções de nuvem da IBM, que inclui infraestrutura como serviço, software como serviço e plataforma como serviços oferecidos por meio de modelos de entrega em nuvem pública, particular e híbrida



## **Social Business**

Iniciativa da IBM para adotar e cultivar um espírito de colaboração e comunidade - interna e externamente - a fim de oferecer novos níveis de retorno e envolvimento



## **Comércio mais inteligente**

Iniciativa da IBM para promover melhorias no comércio digital em diferentes segmentos de mercado



## **MobileFirst**

Iniciativa da IBM para transformar operações de varejo com soluções de mobilidade para empresas e transformar a experiência de cliente no varejo por meio de relacionamento por dispositivo móvel enriquecido com analytics



## **Analytics mais inteligente**

Iniciativa da IBM para promover melhorias por meio do uso de analytics avançada em diversas indústrias

## **PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES**

Para obter mais informações sobre qualquer uma das soluções descritas neste guia de soluções, entre em contato com seu representante da IBM local ou acesse [ibm.com/retail](http://ibm.com/retail) e <https://ibm.biz/varejo-poderdoinsight>

## **OBSERVAÇÕES:**



---

© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Corporation  
Sales and Distribution Group  
Route 100  
Somers, NY 10589

Produzido nos Estados Unidos da América  
em janeiro de 2015

IBM, o logotipo IBM, ibm.com, Initiate, SPSS, Watson, InfoSphere, Cognos, Power Systems, System z, PureData, Netezza, SmartCloud, DemandTec, WebSphere, TM1, PureData, PureApplication, PureFlex, POWER7+, TRIRIGA, Maximo, Kenexa, Tivoli, PureSystems, QRadar, AppScan, X-Force, SiteProtector, Smarter Planet e o ícone do mundo são marcas comerciais da International Business Machines Corp., registradas em muitas jurisdições no mundo inteiro.

Outros nomes de produtos e serviços podem ser marcas comerciais da IBM ou de outras empresas. Uma lista atual das marcas comerciais da IBM está disponível na web em "Copyright and trademark information" em [ibm.com/legal/copy-trade.shtml](http://ibm.com/legal/copy-trade.shtml)

Silverpop é uma marca registrada da Silverpop, uma Empresa IBM.

SoftLayer®, é uma marca registrada da SoftLayer, Inc., uma Empresa IBM.

Netezza e Sterling Commerce são marcas registradas da IBM International Group B.V., uma Empresa IBM.

Intel é uma marca comercial ou marca registrada da Intel Corporation ou de suas subsidiárias nos Estados Unidos e em outros países.

O presente documento é atual na data de publicação inicial e poderá ser alterado pela IBM a qualquer momento. Nem todas as ofertas estão disponíveis em todos os países em que a IBM atua.

Os exemplos de clientes citados são apresentados apenas para fins ilustrativos. Os resultados reais de desempenho poderão variar dependendo de configurações e condições operacionais específicas.

AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NESTE DOCUMENTO SÃO FORNECIDAS "NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRAM" SEM QUALQUER GARANTIA, EXPRESSA OU IMPLÍCITA, INCLUSIVE SEM GARANTIAS DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO PARA UM FIM ESPECÍFICO OU GARANTIA OU CONDIÇÃO DE NÃO INFRAÇÃO. As garantias dos produtos IBM estão de acordo com os termos e condições dos contratos conforme os quais são fornecidos.

O cliente é responsável por assegurar o cumprimento das leis e regulamentos aplicáveis. A IBM não fornece assistência jurídica nem declara ou garante que seus serviços ou produtos assegurarão que o cliente está cumprindo qualquer lei ou regulamento.



Recycle