

# A Revolução do Varejo

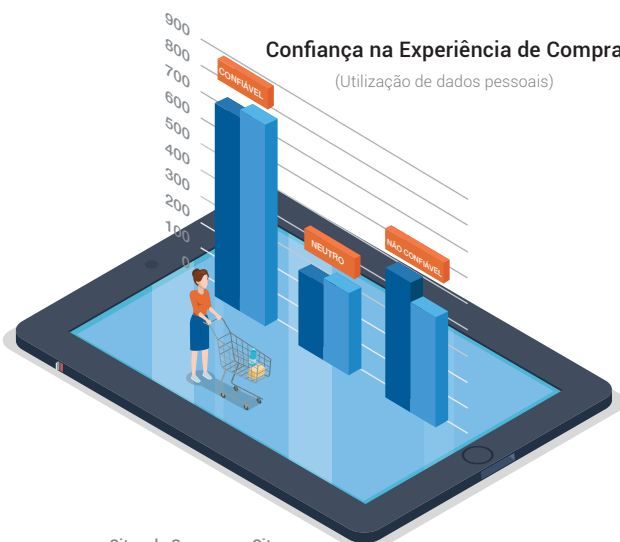
As tendências e inovações que redefinirão a experiência de compras do futuro

Grande parte da publicidade em torno da revolução do varejo on-line descreve um futuro em que o digital vem em primeiro lugar, tendo o comércio eletrônico como linha de frente, entretanto pouco menciona outras áreas importantes de desenvolvimento que são parte de um quadro muito maior em uma indústria que está passando por mudanças.

## Porque A Loja Ainda É Importante

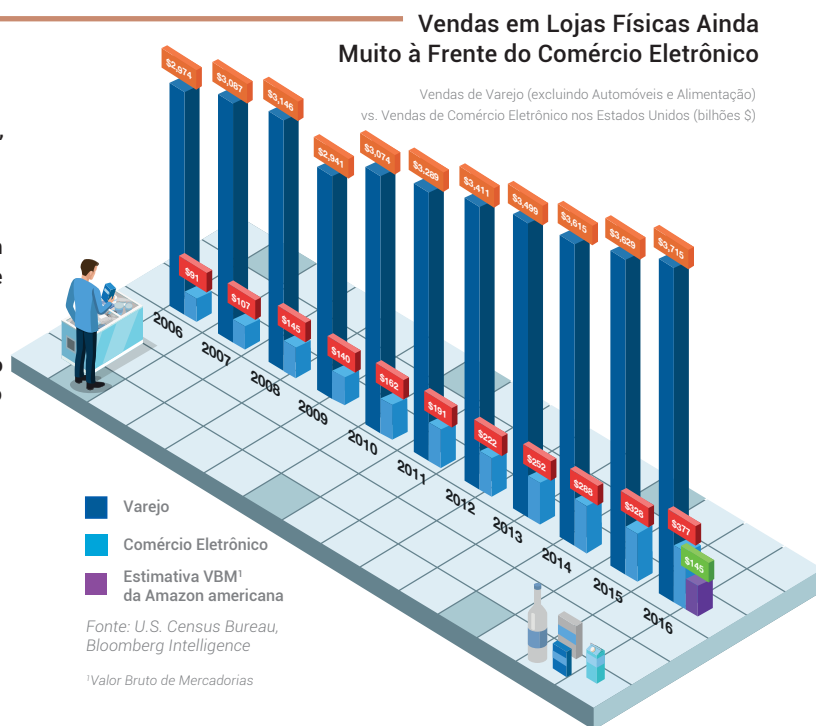
Analisando as lojas físicas: Ao contrário do que muitos pensam, o faturamento das lojas físicas foi responsável por quase 90% das vendas totais do varejo nos Estados Unidos em 2016.

Um relatório de pesquisa elaborado pela Frost and Sullivan destaca duas descobertas que ajudam a explicar porque o varejo físico está longe de morrer. Em primeiro lugar, as pessoas tendem a ter mais confiança em comerciantes físicos do que em sites de comércio eletrônico. Em segundo lugar, a possibilidade de “manusear” e “avaliar” um produto de forma imediata frequentemente “supera um preço mais baixo” encontrado on-line.



■ Sites de Compras e Sites de Comércio Eletrônico (ex.: Amazon)  
■ Lojas físicas

Fonte: Stratecast



Neste contexto, os lojistas de hoje não deveriam discutir sobre o fechamento ou não das lojas físicas, mas analisar como os avanços tecnológicos podem potencializar ainda mais o imóvel da loja para melhorar a experiência de compras e aumentar a fidelidade dos clientes.

A NEC Corporation, líder em tecnologias da informação e rede, está utilizando suas principais competências de análise de dados e inteligência artificial para ajudar os lojistas do futuro a ficarem sempre à frente. Veja cinco inovações prontas para redefinir a viagem do cliente do futuro:

Saiba mais: > [www.bloomberg.com/ad/nec/retail](http://www.bloomberg.com/ad/nec/retail)

**Bloomberg Media Studios**



ANÚNCIO

## 1 Recepção Calorosa

Inovação nº 1:  
Uma Entrada Suave

Apps, chips e leitores de cartão utilizados para acessar o perfil de um cliente serão em breve coisas do passado. A tecnologia para reconhecer os clientes pelo rosto e acessar seu histórico de compras simultaneamente já existe e pode ser implantada na entrada de uma loja para ajudar os funcionários a conhecer seus clientes antes de atendê-los.

## Você sabia?

**A tecnologia de reconhecimento facial da NEC obteve 1º lugar em precisão e velocidade de pesquisa nos testes realizados pelo Instituto Americano de Padrões e Tecnologia (NIST²).**

## 2 Indicador de Interesse

Inovação nº 2:  
Análise Facial e de Vídeo

Atualmente, avanços em análise facial permitem avaliar o interesse – ou desinteresse – de um cliente através de seu olhar e expressão, além de identificar os itens em que estava interessado, mas que não foram comprados. A associação desses dados com análises de vídeos que acompanham os movimentos do cliente permite que os lojistas possam identificar os melhores locais na loja para comercializar cada um de seus produtos.

²National Institute of Standards and Technology

©NEC Corporation 2018. NEC e o logo da NEC são marcas comerciais registradas da NEC Corporation. Orchestrating a brighter world é uma marca comercial da NEC Corporation.

## 3 Promoções Atraentes

Inovação nº 3:  
Excelentes Serviços Promocionais

Promoções podem atrair clientes, mas a compra real depende do quanto os itens à venda atendem aos seus desejos ou necessidades individuais. Sistemas de reconhecimento facial possibilitam a oferta de descontos para cada indivíduo, fornecendo uma ferramenta potente para que os lojistas aumentem suas vendas.

## 4 “Adicione ao Carrinho” Automático

Inovação nº 4:  
Compra Sem Interrupções

Às vezes pode ser difícil acompanhar o que está em um carrinho de compras, especialmente durante eventos frenéticos como a Black Friday. Com o auxílio da tecnologia de reconhecimento de objetos, a soma total é calculada automaticamente cada vez que um item é adicionado ou removido, o que pode ser acompanhado pelo smartphone do comprador.

## 5 Economia de Tempo no Caixa

Inovação nº 5:  
Pagamento Automático na Saída

Longas filas no caixa são uma ameaça para os lojistas em mercados competitivos, pois acabam com a paciência dos clientes e prejudicam a experiência geral de compra, o que, em última análise, afeta a fidelidade dos clientes. Para eliminar as filas, a NEC desenvolveu uma solução de autenticação facial que realiza o pagamento de forma imediata quando um cliente pré-registrado sai da loja.

## Tendências: A Inteligência Artificial no Varejo

Em vários lugares, técnicas de aprendizado automático alimentadas por dados estão avançando rapidamente e sendo testadas em vários aplicativos no setor de varejo para melhorar os modelos operacionais existentes.

Os chatbots estão na intersecção do desenvolvimento da Inteligência Artificial (IA) com a esfera do atendimento ao cliente. Esses assistentes virtuais já possuem a inteligência necessária para ajudar os funcionários - mesmo os que ainda estejam em treinamento - a atuar de forma profissional e imediata, fornecendo informações para que lidem com qualquer situação.



# 20.2%

Crescimento nos Gastos em Internet das Coisas para Marketing de contexto nas Lojas 2017-2021

Fonte: IDC

A IA também pode ser a chave para otimizar o estoque de forma que os lojistas evitem situações de “acúmulo” ou “falta”. A NEC pode oferecer a fórmula preditiva ideal para qualquer cenário projetando a demanda dos itens vendidos nas lojas.

Se há uma lição de varejo a ser aprendida durante os últimos anos é a de que a experiência do cliente é mais importante do que nunca nessa era digital. Ao competir com sites de comércio eletrônico, a perspectiva de proporcionar valor agregado aos compradores deve ser uma razão suficiente para que as lojas físicas integrem tecnologias mais inteligentes às suas operações cotidianas. Conhecimento é poder e dados analisados geram conhecimento.

Orchestrating a brighter world

**NEC**