



QUAL É A NOVIDADE PARA O VAREJO E CONSUMO?
A NOVIDADE É COLOCAR A NOVIDADE NO AR E FAZER A MUDANÇA ACONTECER

MANTENEDORES DO FGVCEV





DIMENSÃO PROCESSOS E TECNOLOGIA

OMNISCANALIDADE: COMO PROMOVER UMA JORNADA CONSISTENTE E CONTÍNUA?



VÍSSIMO
group



JONNY MATEUS RODRIGUES Jonny.rodrigues@fgv.br

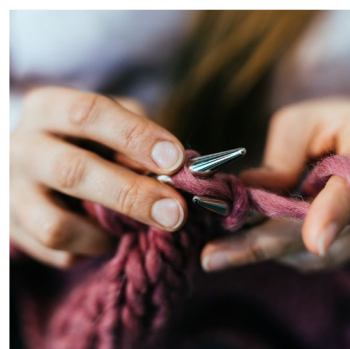
MANTENEDORES DO FGVCEV



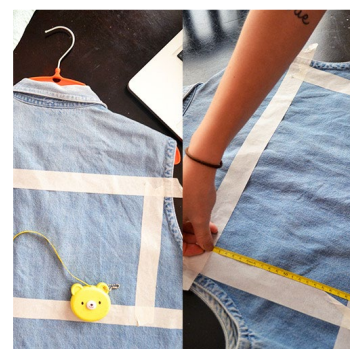
Competição no omnicanal



Três abordagens para a Omnicanalidade



Criar uma Solução

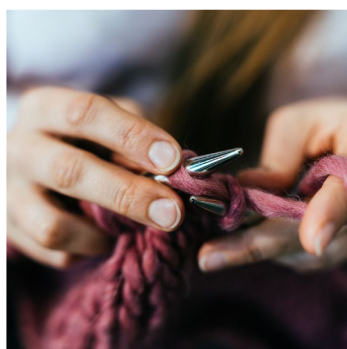


Adotar solução adaptada



Aderir a um ecossistema

Três abordagens para a Omnicanalidade



Criar uma Solução

- Proposta de valor
- Desenho da experiência de compra
- Tecnologia meio
- Investimento em equipe

Adotar solução adaptada

Aderir a um ecossistema

Três abordagens para a Omnicanalidade

Criar uma Solução

Adotar solução adaptada

- Ganho de escala rápido
- Acompanhamento do parceiro tecnológico
- Importância da adaptação às regras de negócio

Aderir a um ecossistema

Três abordagens para a Omnicanalidade

Criar uma Solução

Adotar solução adaptada

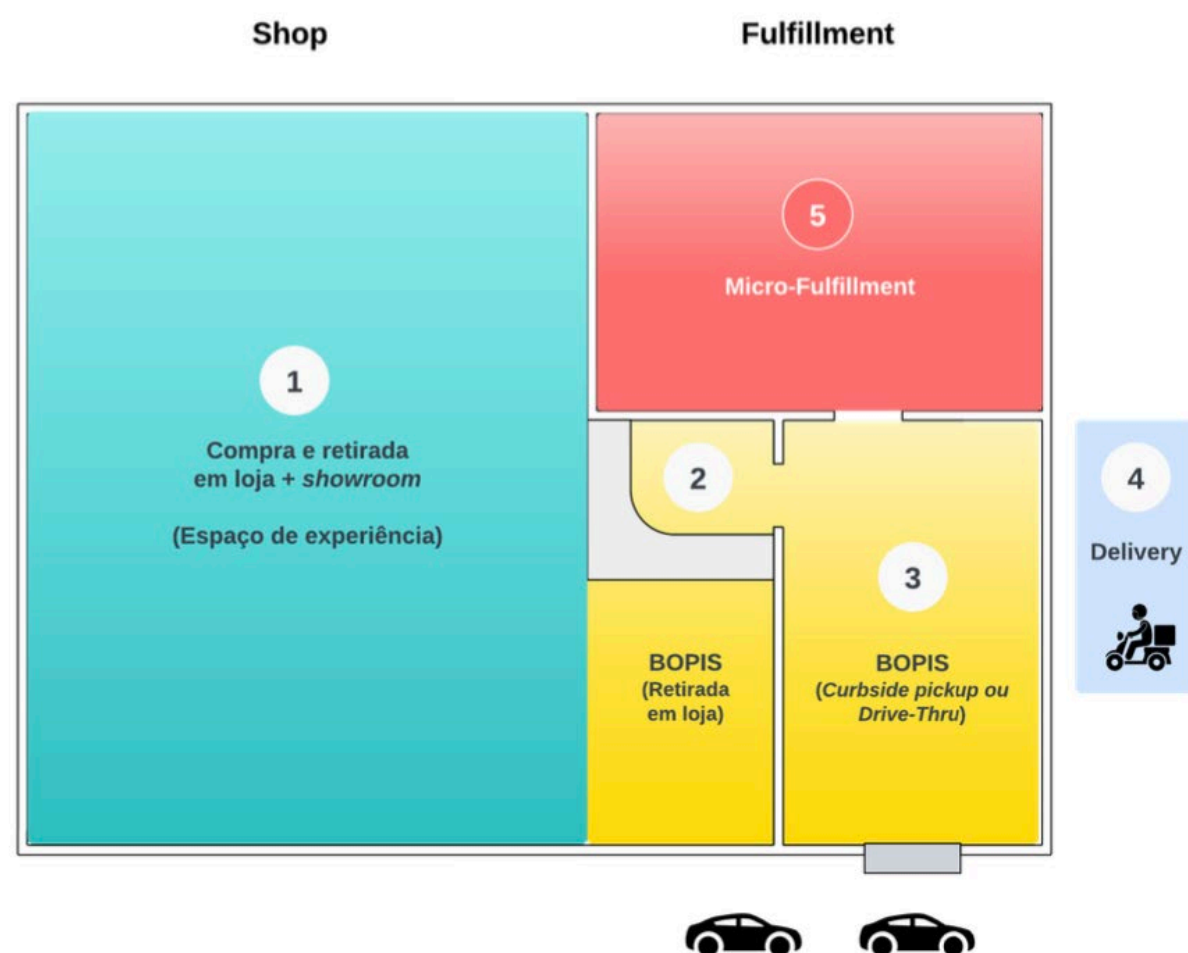
Aderir a um ecossistema

- Múltiplas soluções em um só lugar
- Especialização da atividade fim
- Inovação como base competitiva
- Imagem única



Os pilares da omnicanalidade

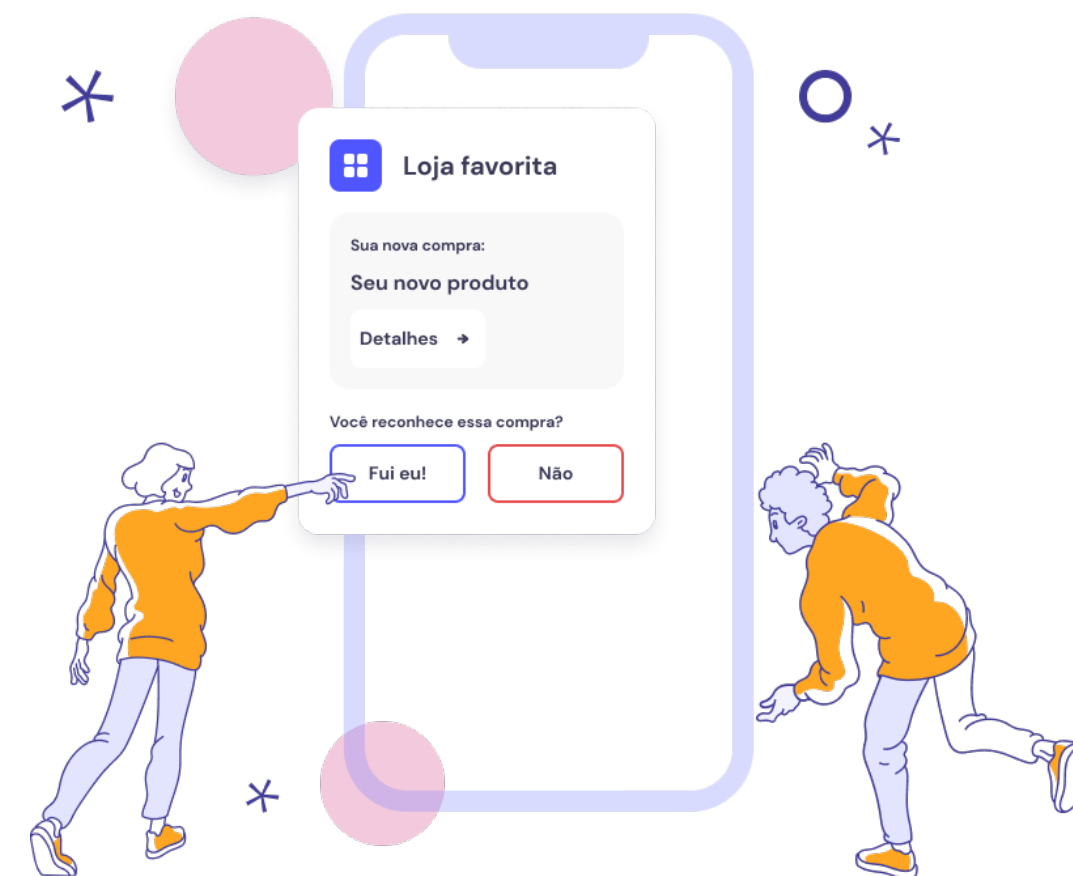
1. Logística



2. Experiência



3. Autenticação



Recomendações para estruturar uma operação omnicanal integrada

	Consistência	Continuidade
Logística	• Alinhar sortimentos e informações • Preços consistentes entre diferentes pontos de contato.	• Consumidor = flexibilidade • Disponibilidade para acessar outros canais de venda.
Experiência	• Comunicação alinhada entre diferentes canais. • Buscar reproduzir experiências sensoriais.	• Consumidores querem migrar entre canais sem atrito. • Canais de atendimento aptos para mudança.
Autenticação	• Reconhecer o consumidor • Usar informações para alinhar a comunicação.	• Autenticação = fluidez. • Cadastro de consumidores auxilia na mudança de canais.

Take aways para uma operação omnicanal eficiente

Logística

- Otimizar processos. O PDV precisa ser repensado.

Experiência

- A experiência precisa ser consistente e personalizada ao cliente em todos os canais.

Identificação

- Os varejistas devem garantir que o reconhecimento dos consumidores seja perfeito e seguro.



DIMENSÃO PROCESSOS E TECNOLOGIA

OMNISCANALIDADE: COMO PROMOVER UMA JORNADA CONSISTENTE E CONTÍNUA?



VÍSSIMO
group



JONNY MATEUS RODRIGUES Jonny.rodrigues@fgv.br

MANTENEDORES DO FGVCEV



Diagnóstico de

PROCESSOS E TECNOLOGIA

