



ORIENTAÇÃO PARA AS VISITAS TÉCNICAS E CONSTRUÇÃO DO PROJETO

O futuro é agora **As 15 chaves que vão transformar seu negócio em um case de sucesso**

Multigerações - O cliente do futuro

- Quem são?
- Quais são suas necessidades?
- Como são envolvidos no processo de atendimento?
- Como os atraímos para as lojas?
- O que eles querem? Como se comportam?
- O que esperam do seu negócio?
- A empresa planeja o atendimento com base nas características dos diferentes grupos de clientes?
- Quais são os desafios e como superá-los?
- Desafios das gerações Z e Y no ambiente de trabalho.

Propósito | A busca pela causa

- Por que existimos? Qual é o tema de serviços?
- Quais são os valores, os padrões de serviços?
- Por que o propósito é importante? Como implantar?
- Como criar um ambiente e uma comunicação que traduza este propósito para os clientes, comunidade e gere mídia espontânea nos ambientes on-line e off-line?
- Como envolver os clientes na sua causa e criar multiplicadores?
- Quais são os desafios e como superá-los?

Evangelização | Branding

- O que é?
- Tudo começa com a história.
- Como contar a história e comunicar a cultura de serviços nos ambientes on-line e off-line?
- Como fazer com que o cliente, colaborador, fornecedor e a comunidade se sintam partes da história da sua empresa?
- Como envolver os clientes e aumentar sua percepção quanto à cultura de serviços?
- Quais são os desafios e como superá-los?

Experiência de compra | Conexão emocional

- Como criar conexão emocional on-line e off-line?
- Como criar uma experiência "UAU"?
- Sua empresa entrega o que propõe?
- Levante 20 insights (por grupo) de experiências que marcaram e justifique com uma análise.



ORIENTAÇÃO PARA AS VISITAS TÉCNICAS E CONSTRUÇÃO DO PROJETO

O futuro é agora
As 15 chaves que vão transformar seu negócio em um case de sucesso

Educação | Ensinar o cliente a comprar no seu PDV

- Por que devemos ensinar os clientes a comprarem no PDV?
- Quais ações podem ser desenvolvidas para ensinar os clientes a comprarem no seu PDV?
- Como fidelizar os clientes de forma sustentável e potencializar as vendas?
- Quais as ações que já são aplicadas no seu PDV com a visão de ensinar o cliente a comprar?
- Quais são os desafios e como superá-los?
- Experiência off-line;
- “Degustação”.

Autosserviços | Pessoas

AUTOSSERVIÇO

- Organização dos produtos;
- Visual merchandising e operação;
- Comunicação no PDV - Foco neste ponto;
- Interatividade com o cliente (sem colaboradores)

Formato do seu negócio e experiência
(sem colaboradores)

PESSOAS

- Lideranças;
- Equipes e lideranças;
- Como utilizam as competências dos membros da equipe?
- Qual o nível de comprometimento, engajamento e conhecimento das pessoas com o propósito/história?

PESSOAS

- Trabalho em equipe;
Quem são eles? Quais as habilidades e talentos?
- Como são preparados, treinados, avaliados?
- Como são promovidos?
- Plano de sucessão para gestores?
- Como motivar as pessoas para as práticas de qualidade?
- As tomadas de decisões são feitas com base em fatos indicadores?
- Como desenvolver e engajar líderes e colaboradores no propósito da instituição?

Personalização massificada | Conceito premium | Experiência de compra

- O que significa este conceito?
- Para quem ele se destina?
- Como é comunicado?
- Qual o impacto nas vendas?
- Qual o impacto na fidelização dos clientes?
- Experiência de compra
- O que significa este conceito?
- Para quem ele se destina?
- Como é comunicado?
- Qual o impacto nas vendas?
- Qual o impacto na fidelização dos clientes?



ORIENTAÇÃO PARA AS VISITAS TÉCNICAS E CONSTRUÇÃO DO PROJETO

O futuro é agora
As 15 chaves que vão transformar seu negócio em um case de sucesso

Conceito POPUP STORE | A loja dentro da loja - fora da loja

- O impacto nas vendas;
- Como criar esta estrutura, parcerias e criação própria;
- 5 melhores insights do grupo;
- Popup Store fora da loja;
- Popup Store dentro da loja;

Inovação – Revitalização | Design Thinking - Disruptura | Retail Media

- Como pensar fora da caixa;
- O impacto da inovação para se manter atual e líder no mercado;
- Quais estratégias para “ser” uma empresa com foco nestes conceitos?
- Cite 15 melhores modelos e Insights que foram vistos neste programa, considerando as tendências e novidades do varejo;
- Como o seu negócio alavanca o PDV para além do tradicional?
- Quais mudanças em seus processos, estrutura organizacional, logística e tecnologia são necessárias para essa nova estrutura?
- Como aplicar essas tendências no seu negócio?
O que é inovação para você?
- 10 principais pontos de destaques em inovação;
- Atenção nas estratégias diferenciadas e segmentação;
- As empresas estão focadas em inovação?
- Como preparar as lideranças para acompanhar as inovações e implantá-las?
- Criatividade - Compromisso com a inovação.
- Retail Media
 - Novas alavancas no varejo;
 - Monetização do tráfego nas lojas físicas;

OMNICHANNEL - All channels

QUAIS SÃO AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NO PDV E ON-LINE:

- Quais as dores do seu cliente que podem ser solucionadas?
- Produto;
- Propósito;
- Promoção;
- Lançamento de produtos;
- Comunicação centrada na conveniência do cliente;
- Compra em tempo real;
- Exposição;
- Contexto geral;
- Combos;
- Vendas cruzadas;
- Big Data: como geram dados.
- Evolução para Unifycommerce
- Integração total de dados e experiência de compra diferenciada;

Como comunicam os diferentes ambientes | CRM

O ON-LINE “CONVIDA” PARA O PDV? O PDV “CONVIDA PARA O ON-LINE?
COMO É FEITA ESSA INTERAÇÃO?

- Como interagem com os consumidores, para que eles se sintam parte da história?
- Como são feitas as “degustações” e como são comunicadas nos PDVs?
- Como se comunicam com a comunidade?
- Layout de cada setor - A organização e/ou a desorganização intencional;
- CRM - Velocidade em vendas e relacionamento.



ORIENTAÇÃO PARA AS VISITAS TÉCNICAS E CONSTRUÇÃO DO PROJETO

O futuro é agora
As 15 chaves que vão transformar seu negócio em um case de sucesso

Marketing de influência | Parcerias competitivas Parcerias cruzadas

- Quais as estratégias observadas? Levantar 10 por grupo;
- Como criar fãs e multiplicadores? Levantar 10 estratégias por grupo;
- Como fazer com que os clientes multipliquem as experiências que tiverem na loja?

Responsabilidade | Social - Ambiental

- Social;
- Ambiental;
- Como lidam com esta prática?
- Como comunicam?
- Quais os benefícios?
- A seriedade das ações;
- Quais as 5 melhores ações observadas pelo grupo e os desafios da aplicabilidade?
- Está integrado com o propósito?

Entrega

- Como é feita a entrega?
- Como funciona a experiência no pagamento?
- Como criar uma entrega que garanta o retorno desse cliente ao PDV? Cite os melhores insights do grupo para criar uma entrega show.

Pesquisa

- Como avaliam as necessidades dos clientes?
- Como avaliam as necessidades de melhorias nos setores?
- Como avaliam as necessidades de inovação?
- Como trabalham com os dados (CRM) para criar relacionamento, conhecer o cliente e potencializar vendas?
- Como utilizam os resultados dessas avaliações?

Lembrem-se que nessas empresas

TUDO É INTENCIONAL,

Nada é por acaso. Fiquem atentos aos detalhes e aproveitem ao máximo!



Missão Técnica Internacional Singapura 2024

VELOCIDADE EM VENDAS

INOVAÇÕES E TENDÊNCIAS MUNDIAIS DO VAREJO

ORIENTAÇÃO PARA AS VISITAS TÉCNICAS E CONSTRUÇÃO DO PROJETO

O futuro é agora
As 15 chaves que vão transformar seu negócio em um case de sucesso

Aplicabilidade

O QUE O SEU NEGÓCIO PRECISA PARA SER CONSISTENTE EM TODOS OS CANAIS?

- Construa uma empresa aplicando os pilares das inovações e tendências mundiais do varejo
 - Utilize todo o conceito aprendido nas palestras e visitas
 - Utilize networking e pesquisa on-line
 - Utilize sua experiência e dos parceiros

CONSTRUÇÃO DO PROJETO

É necessário utilizar os 15 pontos-chaves para criar uma empresa que se comunique com o novo consumidor, pensando e planejando um negócio inovador e implantando o conceito “flagship” do setor escolhido. O projeto precisa ser elaborado com os conceitos vivenciados na palestra e em Visitas Técnicas em Singapura.

ETAPAS

- 1 - Definir o segmento da empresa
- 2 - Definir o seu propósito
- 3 - Definir o seu público-alvo
- 4 - Montar apresentação com os 15 pontos-chaves dentro da realidade dessa organização