

Soluções IBM SPSS para os Varejistas

Os varejistas hoje encaram muitos obstáculos para atingir alvos que geram aumento do ticket médio e receita. Os clientes têm mais opções do que nunca quando decidem o que comprar, quando comprar, como comprar e como pagar. Como o mercado está cada vez mais saturado, os varejistas estão intensamente procurando reduzir os custos operacionais e produzir marcas, clientes e empregados de maior valor. O mais importante é que os varejistas querem descobrir novos meios de diferenciar-se dos concorrentes.

Os softwares de Análises Preditivas IBM SPSS ajudam varejistas tomarem melhores decisões através de melhoramentos na área de marketing, desde o desenvolvimento de ações para retenção dos clientes até a seleção do local para o ponto de venda. Há anos, os varejistas contam com a DMSS para fornecer conhecimento operacional e sobre o cliente, o que os mantém a frente da concorrência. Desde as empresas de cadeia regional até as empresas on-line globais reconhecem a tecnologia IBM SPSS pela expertise dos produtos refinados durante os mais de 40 anos de existência.

As soluções fornecidas pela DMSS permitem aos varejistas:

- Aumentar o valor do cliente e da receita
- Reduzir custos e aumentar a eficiência operacional
- Desenvolver novos produtos e serviços bem sucedidos
- Determinar locais mais lucrativos para novos pontos de venda e melhorar o layout dos pontos de venda existentes
- Comunicar-se de forma eficiente entre os departamentos para melhorar a tomada de decisão

Aumentar o valor do cliente e da receita

Em meio a grande concorrência, os varejistas precisam de uma maneira de sobressair-se com os clientes. Algumas reduções nos preços podem aumentar as vendas em curto prazo, mas prejudicar a lucratividade com o tempo. Usando as soluções IBM SPSS, os varejistas conduzem as vendas e aumentam o valor do cliente pelo conhecimento de suas necessidades, preferências e hábitos. Por exemplo, os varejistas podem:

- Aumentar as vendas para clientes existentes conhecendo quais ofertas de *cross-sell* e *up-sell* eles provavelmente aceitariam e qual traria mais receita para a empresa
- Melhorar a receita do call center analisando os dados do cliente, conversações em tempo real e fazer ofertas focadas
- Fornecer interações consistentes e coordenadas através de todos os canais para melhorar a satisfação do cliente e promover a lealdade

Como estas capacidades se traduzem em resultados reais? A Sofmap, uma empresa varejista de computadores e software do Japão, triplicou os lucros de suas operações on-line e aumentou mensalmente as visitas a sua página de 16 milhões para 30 milhões oferecendo recomendações focadas.

Um dos maiores varejista de equipamentos dos EUA está usando as soluções IBM SPSS para melhorar suas campanhas de mala direta, interações on-line e campanhas no call center criando uma visão unificada de seus clientes em todos os canais.

Reduzir custos e aumentar a eficiência operacional

Os varejistas estão sempre em constante pressão para produzir melhores resultados sem crescer os custos

operacionais. As análises preditivas, entretanto, permitem a muitos varejistas melhorar os resultados enquanto diminuem os custos. A chave é saber onde focar recursos para obter um maior impacto.

Antes de vender um produto para todos os clientes, por exemplo, vender somente para aqueles clientes que provavelmente compram o produto. Com o software IBM SPSS Statistics, os varejistas determinam a oferta certa, o canal e o tempo de cada cliente, alcançando o máximo de resultados sem desperdiçar recursos.

Com as análises preditivas fornecidas pela DMSS®, os varejistas podem:

- Reduzir custos transformando as grandes campanhas sem foco em campanhas de marketing menores, mais focadas e mais eficientes
- Aumentar a eficiência operacional permitindo aos usuários de negócios encontrar as respostas necessárias para rapidamente tomar ações mais eficientes

Por exemplo, a Chase-Pitkin Home and Garden dos EUA reduziu seu estoque e melhorou sua prática de *supply-chain* usando um sistema de relatórios centralizado. Uma empresa líder de Mercado de presentes e acessórios finos dos EUA reduziu os custos desenvolvendo campanhas de marketing mais focadas e conduzindo análises de dados in-house.

Vinte e uma das 25 maiores varejistas do mundo usam produtos IBM SPSS.

Desenvolver novos produtos e serviços bem sucedidos

A chave para manter uma empresa, marca ou linha de produto mais lucrativa é continuamente apresentar ofertas novas ou atualizadas que chame a atenção dos clientes. Entender o cliente é fundamental para desenvolver com sucesso um produto. A DMSS® oferece muitas maneiras para os varejistas aprenderem sobre as necessidades, interesses e desejos dos clientes. Por exemplo, os varejistas podem:

- Obter informações dos clientes em cada ponto de contato usando aplicações para pesquisa
- Analisar transcrições do call center, e-mails de clientes e respostas abertas de pesquisas para saber opiniões e sugestões
- Prever quais conceitos de produtos terão mais êxito com os atuais clientes

Estas funcionalidades permitem que empresas como a

Whitbread, uma empresa pioneira de lazer no Reino Unido, construa estratégias de marketing e propaganda em torno das percepções dos clientes em relação aos atributos dos produtos e personalidade da marca.

Determinar locais mais lucrativos para novas lojas e melhorar as lojas existentes

Os varejistas sabem que os locais das lojas e o design são fundamentais para o sucesso. População demográfica, tendência no padrão da loja e muitos outros critérios devem ser considerados. Depois de um período de explosivo crescimento, muitos varejistas estão desenvolvendo estratégias de expansão mais cautelosa que dão ênfase a lucratividade de cada nova loja. Usando o software IBM SPSS Statistics, os varejistas podem:

- Determinar como projetar o espaço interior para maximizar as vendas e fornecer uma experiência convincente de compras
- Prever os melhores locais para novas lojas, a fim de evitar entrar em mercados saturados ou quase saturados

Os varejistas do mundo inteiro estão usando estas funcionalidades para tomar melhores decisões sobre o local e design da loja. Por exemplo, o escritório da empresa Alemã de produtos manufaturados, a Herlitz AG, determinou os melhores produtos e layout de cada uma de suas lojas e regiões analisando uma combinação de dados do ponto de venda, demográficos e da concorrência.

A Halfords fornecedora de auto-peças do Reino Unido identificou os locais mais lucrativos para suas novas lojas usando dados históricos e vendas de lojas específicas, critério de qualidade do local e informação do censo. E uma grande empresa fornecedora de tecidos e artesanatos redesenhou os layouts de sua loja de acordo com os produtos que provavelmente são comprados juntos.

Melhorar a comunicação para tomar melhores decisões

Para manter uma margem competitiva, os varejistas têm que tomar decisões fundamentais rapidamente. Para fazer isso, informação atualizada deve estar prontamente disponível para todos, dos executivos ao pessoal da linha de frente. Com as soluções de relatório e deployment comercializadas pela DMSS®, os decisores da empresa têm acesso rápido e seguro aos dados úteis. Os varejistas usam estas soluções para:

- Consolidar os dados de várias fontes e plataformas
- Criar gráficos e tabelas interativas com alta qualidade

- Distribuir relatórios rapidamente através de portais online seguros
- Integrar soluções de relatórios com sistemas populares de ERP

Por exemplo, a norte Americana PUMA, maior fabricante de roupas e calçados esportivos, melhorou o tempo de gerenciamento de relatórios e reduziu sua confiança nos analistas internos de base de dados implementando sistemas on-line de relatórios.

Encontre necessidades específicas com soluções flexíveis

As ofertas de soluções flexíveis da DMSS® permitem os varejistas endereçarem assuntos específicos do negócio ou encontrar maiores objetivos para a empresa. As tecnologias IBM SPSS são projetadas para integrar-se aos sistemas já existentes, incluindo sistemas legado e para gerenciar grandes volumes de dados complexos. Os varejistas podem implementar as soluções da maneira que eles precisam, antes de substituir sistemas inteiros.

Com as soluções comercializadas pela DMSS®, os varejistas obtêm as funcionalidades que eles precisam para endereçar os problemas de negócios e alcançar resultados mensuráveis rapidamente.