

Nesta edição...

O retalho reinventado

Como a nova tecnologia vai revolucionar as experiências na loja

Informados em cada fase

Promova a fidelidade à marca ao colocar o controlo nas mãos dos clientes

Compras apelativas

Como a iluminação e a projeção tornam tudo memorável

A experiência austríaca

Modernizar o POS num local clássico



Manter os clientes informados enquanto tomam decisões de compra cria confiança entre o seu negócio e os clientes para melhorar a fidelidade e, em última análise, aumentar as vendas

Proporcionar aos clientes um elevado nível de informações em tempo real e no momento certo permite-lhes ter um sentimento de controlo na respetiva experiência de compra.

Em última análise, proporcionar esta mesma sensação de controlo nas lojas físicas e online permitirá tomadas de decisão de compra mais rápidas na loja para aumentar as vendas.

A velocidade e a comodidade são fatores importantes a ter em consideração na forma como estas informações são transmitidas, uma vez que os clientes querem poder aceder facilmente àquilo que necessitam, quando necessitam e ao seu alcance.

Nesta edição do R&H Update, aprofundamos estas ideias e mostramos como as empresas, incluindo a Epson, estão a criar formas apelativas de manter os clientes informados e envolvidos em cada fase.

Se podermos ajudar o seu negócio a aumentar as vendas e a proporcionar a melhor experiência aos seus clientes, contacte-nos através do endereço posenquiries@epson.eu.



Duncan Ferguson

Diretor Executivo,
Impressão profissional e Robótica,
Epson Europe B.V.



MOLDAR O RETALHO DO FUTURO



Perguntámos a 7000 colaboradores europeus como pensam que o ambiente de retalho vai mudar nos próximos anos.

72 %

acreditam que os Big Data

vão ajudar os colaboradores a criar melhores experiências do cliente



MAS NÃO É ASSIM TÃO SIMPLES

Quase metade acredita

que os clientes não vão sacrificar a privacidade por uma experiência personalizada



69 %

acreditam que a simulação por realidade virtual e realidade aumentada

ajudará os clientes a desfrutarem de uma experiência personalizada



57 %

pensam que a realidade aumentada vai tornar as compras mais divertidas

PREPARE-SE PARA A AMPLIAÇÃO

A EVOLUÇÃO DO RETALHO



3 EM 5

acreditam que os caixas deixarão de ser necessários

NO ENTANTO

74 %

pensam que os colaboradores no retalho serão consultores e especialistas de marca de confiança no futuro

PREPARE-SE PARA O LOCAL DE TRABALHO DO FUTURO

Responder mais rapidamente às tendências do retalho

A Epson e a PredictX estabeleceram uma parceria para ajudar os retalhistas com uma série de análises em tempo real para ajudar a identificar as oportunidades de crescimento e de poupança.

Os retalhistas podem agora utilizar análises em tempo real para agirem de forma preditiva num mercado em rápida evolução. Graças aos serviços para comerciantes Omnilink da Epson, que processam os dados de recibos ligados à cloud a velocidades sem precedentes, a PredictX pode agora oferecer aos retalhistas uma vasta gama de análises preditivas em tempo real.

Munidos de informações de um fluxo em direto, os retalhistas registados nas soluções PredictX Retail conseguirão responder às tendências emergentes. Os dados ajudarão a identificar as lojas e as categorias com bons desempenhos, o que permite aos retalhistas desenvolver e repetir as ações bem-sucedidas. Também poderão identificar e intervir nas lojas ou categorias com um desempenho fraco.

Os retalhistas podem utilizar as aplicações de IA e análise de dados para ajudar numa série de áreas, incluindo a colocação de produtos, o planeamento das promoções, a deteção de fraudes, o planeamento do pessoal, o planeamento do inventário, a formação dos colaboradores, minimização de stocks e muito mais.

A solução PredictX Retail também alivia a carga e a frequência de elaboração de relatórios para as equipas financeiras, executivas e da sede graças aos relatórios automatizados, às tendências e aos dashboards – criados em tempo real.

Kesup Choe, CEO, PredictX, afirma “Estamos muito empolgados com a parceria com a Epson para levar a análise preditiva para os retalhistas. A nossa parceria permitirá que os retalhistas obtenham uma maior visibilidade das vendas e das operações anteriormente inacessíveis por causa dos sistemas com falta de ligação no negócio. O acesso à análise dos dados dos recibos em tempo real permitirá que os retalhistas se antecipem às ineficiências operacionais e deem prioridade a ações que maximizam os gastos por cliente”.

Marc Tinkler, diretor de marketing de produtos, impressão profissional, Epson Europe, explica: “Os retalhistas estão sob enorme pressão para obterem bons resultados e precisam de todas as ferramentas ao seu alcance que os ajudem a enfrentar um mercado muito exigente. Com esta solução, os retalhistas conseguirão obter as informações que necessitam e quando necessitam, que lhes permitirão tomar decisões inteligentes e incisivas que beneficiem o seu negócio.”

Saiba mais:

www.predictx.com

www.epson.pt



Informados em cada fase

Agora que os smartphones permitem às pessoas fazerem compras por impulso com entrega no próprio dia ou chamar um táxi em poucos segundos, a tecnologia dá aos consumidores maior controlo sobre a respetiva experiência de compra.

A maioria dos consumidores está agora ligada à internet em todo o lado e habituou-se a obter um elevado nível de informação com a máxima facilidade. A mais recente tecnologia de retalho responde a esta tendência ao colocar o consumidor no centro do processo: em controlo e totalmente informado.

Os recentes desenvolvimentos conformaram esta tendência e colocaram os consumidores no meio do processo, o que lhes permite acompanhar o que está a acontecer e manterem-se informados.

No início do processo de compra, este consumidor com um maior poder tem acesso a uma base de dados em permanente crescimento de informações de produtos ou serviços. Desde as opiniões dos clientes online aos Websites de comparação de produtos, o consumidor nunca esteve tão bem informado.

81% dos consumidores fazem pesquisas online e visitam várias lojas online da concorrência antes de fazerem uma compra¹



E agora têm a expectativa de manterem este elevado nível de controlo ao longo de toda a experiência.

Enquanto o espaço de retalho online facilita a pesquisa de produtos e serviços, as lojas físicas têm de acompanhar o ritmo e oferecer novas formas de ir ao encontro das exigências dos consumidores em termos de informação permanente. Por isso, a sinalética informativa na loja é crucial para que os clientes se sintam confortáveis enquanto percorrem um ambiente físico, uma vez que lhes oferece um nível de controlo semelhante ao da experiência online.

A sinalética digital permite que as lojas se mantenham atualizadas e que os clientes assumam o comando ao oferecer-lhes os recursos necessários para tomarem as suas decisões. Por exemplo, um sinal por cima de uns sapatos com a indicação do número de pares disponível em cada tamanho em stock evita que o cliente tenha de pedir esta informação, o que resultará numa experiência de compra global mais satisfatória.

Ao permitir que os clientes utilizem tecnologias como tablets, seja para encomendar uma refeição, acompanhar a preparação do pedido ou pagar, está a contribuir para uma sensação de controlo que os consumidores desejam, uma vez que estão permanentemente informados e envolvidos ativamente no processo. Para tal, as empresas têm de desenvolver e distribuir software intuitivo e que se integre sem falhas no processo de retalho. Por exemplo, as aplicações que oferecem aos clientes um mapa do estabelecimento que lhes permite localizar e encontrar artigos são uma forma simples de satisfazer a necessidade de informações instantâneas.

Outra característica do consumidor informado é a necessidade de gratificação imediata. A espera é uma importante fonte de frustração para o cliente e pode levá-lo a tirar conclusões negativas sobre o motivo do atraso. Quando tem de esperar, precisa de saber porquê. Mostre-lhe o que está a ser feito, ou seja, as fases de preparação da comida num restaurante ou a localização da encomenda no processo de entrega online. Assim, poderá manter os consumidores envolvidos e lembrar-lhes que estão a ser atendidos, além de poder aumentar os seus níveis de paciência e melhorar a sua atitude em relação ao serviço que lhes está a ser prestado.

É fundamental oferecer vídeos, imagens e descrições. Algumas empresas vão ainda mais longe na utilização da tecnologia, como é o caso dos provadores de roupa virtuais, para dar ao cliente o máximo detalhe possível e a oportunidade de ver como um artigo se encaixa no seu estilo.



Durante o processo de pesquisa antes da aquisição, os fatores seguintes foram considerados os mais importantes para os consumidores: informações sobre a garantia, preços, especificações, informações sobre o pagamento e, por último, informações sobre o envio. A apresentação clara destas informações aos clientes simplifica-lhes a tarefa em mãos e permite-lhes tomar decisões de compra mais rápidas.

Informar o consumidor aumenta a transparência e a honestidade entre a empresa e o cliente, o que fomenta a confiança entre os dois. Depois de uma empresa conquistar a confiança de um cliente, é provável que sinta um aumento da sua fidelidade, o que por sua vez resulta num aumento das vendas. Por isso, apresentar de forma eficaz as informações que os consumidores precisam e quando delas precisam permitirá criar uma base de clientes fiéis.



Sobre o autor:

O Dr. Dimitrios Tsivrikos é um reputado académico e clínico em psicologia e gestão de empresas na University College London (UCL). A investigação, o ensino e o trabalho de consultoria desenvolvidos por Dimitrios concentram-se no marketing para o comércio, nas comunicações de marca e nas mudanças comportamentais.

A tecnologia visual está criar uma nova dimensão na experiência do cliente

Os avanços na tecnologia de projeção estão a abrir novos caminhos de ver e interagir com os clientes e os ambientes de retalho.

No retalho, na hotelaria e no turismo, a tecnologia de projeção está a inovar a comunicação visual. A iluminação e a projeção trabalham em conjunto para criar uma nova dimensão da experiência do cliente.

Quando as marcas utilizam corretamente a projeção, e criam um grande impacto visual que captura a imaginação das pessoas, além de surpreenderem os clientes, as imagens são amplamente partilhadas nas redes sociais, uma das melhores formas de publicidade!

Graças aos avanços no setor, estas tecnologias são cada vez mais fáceis e mais rápidas de implementar, e serão cada vez mais utilizadas.



Poderá dar vida às montras, às exposições nos museus e às instalações artísticas com vídeo, padrões em movimento e inclusivamente Videomapping em pequenos objetos.

Graças aos avanços no setor, estas tecnologias são cada vez mais fáceis e mais rápidas de implementar, e serão cada vez mais utilizadas. Ao entrar numa loja, poderá ser recebido por uma grande variedade de conteúdos reativos, informações de produtos em tempo real, localizações virtuais e imagens em movimento. Os museus apresentarão informações e vídeos interativos relevantes para o objeto exposto, e projetarão imagens diretamente em objetivos históricos.

Uma experiência que me impressionou bastante foi a Scotch Whiskey Experience, que utiliza projetores Epson 3LCD para projetar uma animação em vídeo em tamanho natural da porta de uma adega pela qual os visitantes entram, depois da apresentação, na maior coleção de whisky escocês do mundo.

Líder de mercado

Estamos apenas no início do tipo de interatividade que o futuro da projeção oferece, com a Epson, líder mundial no fabrico de projetores desde 2001, a liderar este movimento.

E na vanguarda está o impressionante novo modelo Epson LightScene EV-100/105, que projeta imagens em movimento em pequenos objetos e ecrãs com formas irregulares para lhes dar vida com cores, formas e movimento.



Neil Colquhoun,
Diretor executivo, Epson Europe,
ecrãs profissionais



O local de trabalho no retalho do futuro

No atual ambiente do retalho, é difícil negar que a dinâmica está do lado das lojas online. No entanto, isto não significa que deixou de haver lugar para as lojas físicas ou que estas vão desaparecer por completo.

Ao concentrarem-se no cliente individual através de ofertas diferenciadas e altamente personalizadas, reconhecimento e análise do cliente, e a convergência dos mundos físico e digital, as lojas físicas continuam a poder oferecer um espaço de grande valor intrínseco.

Experiências personalizadas

Uma das vantagens do mundo online é a experiência personalizada. Proporcione esta experiência na loja física com viagens multisensoriais que utilizam a realidade aumentada e virtual, além de criar espaços de maior convívio social na sua loja, onde os assistentes proporcionam experiências de interação únicas.



Experiências mais interativas

É cada vez mais comum as pessoas navegarem online antes de fazerem uma compra numa loja física. Tire partido deste comportamento ao proporcionar experiências harmonizadas entre o ambiente online e offline, a par de ofertas exclusivas na loja e vouchers para atrair a visita dos consumidores, onde poderá fazer vendas adicionais.

Experiências mais inteligentes

A loja física já não pode ter apenas corredores de roupa pendurada. Tire partido da realidade aumentada, da projeção holográfica, de etiquetas inteligentes e da análise de Big Data para permitir compras mais rápidas e menos frustrantes, ao mesmo tempo que obtém conhecimentos aprofundados sobre o cliente, cria perfis de cliente, prevê as tendências e fica a saber o que os clientes querem realmente.

Mais espaço, mas mais produtos

Lojas mais abertas e menos congestionadas não implicam uma menor oferta. A escolha é fundamental. Dê aos clientes acesso a todo o inventário sem que tenham de andar pela loja toda. Ofereça tecnologia inteligente, como dispositivos móveis, prateleiras inteligentes, sensores, beacons, corredores virtuais e ecrãs táteis, que permita ter menos artigos em stock, simplificar as escolhas, acionar ofertas baseadas na proximidade e acelerar o processo de decisão.

Entregas mais rápidas

As novas tecnologias podem melhorar mais do que a experiência do cliente. Para os colaboradores de armazém, o tempo e a eficiência são fundamentais. Ajude-os com inteligência artificial que poderá ajudar a gerir os níveis de stock e a navegação no armazém. Também poderão ser utilizados robôs para reduzir os custos e o tempo nos centros de processamento, o que assegura o cumprimento dos prazos de entrega.

A evolução da automatização

No futuro, a automatização através de drones e camiões sem condutor permitirão efetuar entregas 24 horas por dia ao domicílio, nos escritórios e nos pontos de recolha. Em muitos casos, a entrega de produtos poderá inclusivamente ser desnecessária, à medida que as impressoras 3D evoluem em sofisticação, com a possibilidade de adquirir os produtos que são impressos automaticamente no destino.



Modernizar uma instituição austríaca

Não há museus e espaços públicos mais grandiosos e belos do que o World Museum em Viena.

Este monumento na capital austríaca está integrado no Palácio Imperial de Hofburg e atrai milhares de visitantes por dia à sua coleção de 400.000 objetos antropológicos, arqueológicos e etnográficos desde 1876.

O museu foi recentemente redesenhado e renovado para restaurar a beleza do edifício e integrar características e tecnologias do século XXI para assegurar que se mantém apelativo no futuro. No âmbito desta renovação, o café do museu foi redesenhado para criar um espaço tradicional mas moderno chamado Cook, mesmo no centro da fantástica entrada do edifício.

A qualidade é a marca que distingue este café e espaço de restauração recentemente atualizado, cumprindo os mais elevados padrões de exigência, desde os grãos de café aos pratos do dia especiais, ao pessoal e ao equipamento. Por tudo isto, quando o café precisou de escolher um sistema de recibos, a impressora Epson TM-m30 integrou-se perfeitamente no restante ambiente.

“Desde o dia da inauguração, em 25 de outubro de 2017, não tivemos o mais pequeno problema com qualquer uma das impressoras”

Estas são as palavras de Samuel Bergen, o gerente do café, que conta com uma vasta experiência no setor da gastronomia. O Samuel sabe melhor que ninguém que nada está garantido quando se trata de gerir um café ou restaurante.

“Todos os dias, passamos centenas de recibos, chegando a mais de 600 nos dias mais atarefados. Por lei, os clientes têm direito a uma fatura. A entrega com atraso ou falhas poderia tornar-se num problema sério”, afirma Bergen.



O café Cook utiliza três impressoras TM-m30 compactas, cada uma com apenas 127 mm de comprimento, suficientemente pequena para ser colocada em qualquer lugar sem ocupar o espaço já de si precioso. A ligação LAN ou LAN sem fios (WLAN) das impressoras oferece uma flexibilidade ainda maior, uma vez que as impressoras podem ser colocadas na cozinha ou na receção sem a necessidade de ligar fios entre todos os dispositivos.

As impressoras estão ligadas a uma aplicação Android EPOS para os empregados receberem os pedidos diretamente nas mesas e a impressora produzir um recibo, com o mais elevado nível de segurança.

“O sistema de recibos e a caixa registadora têm uma rede WLAN fechada própria que é inviolável”, explica Bergen.

O diretor Samuel Bergen ficou muito impressionado com a velocidade, versatilidade e fiabilidade da impressora de recibos TM-m30.



Torne cada visita memorável

Projetor laser compacto topo de gama

O LightScene EV-100 é a solução perfeita para os retalhistas, restaurantes, bares e espaços públicos que procuram deixar boquiabertos os visitantes desses espaços. O pequeno projetor laser pode projetar imagens e vídeos coloridos em qualquer superfície, ser sincronizado com outros projetores para criar efeitos mais surpreendentes e, além disso, ser montado no chão, no teto ou numa calha de iluminação.

Mais luminoso do que nunca: cores até 3x mais vívidas

Magia visual: projete vídeos ou imagens em qualquer superfície, desde mesas a árvores

Imprima recibos em qualquer lugar da loja

Pequena, elegante e compacta

Interligue os dispositivos inteligentes no ambiente da loja – a TM-m30 pode ser integrada em praticamente qualquer ambiente operativo com a orientação vertical ou horizontal, para propagar a conectividade móvel na loja e disponibilizar uma solução de impressão fácil de utilizar, rápida e on-demand.

Sistema POS preparado para o futuro: a TM-m30 é ideal para os retalhistas que procuram mudar para o POS baseado em tablet e melhorar a experiência do cliente

Coloque em qualquer lugar: com a base compacta e o design elegante, a TM-m30 sente-se em casa em qualquer ambiente de loja

Alto desempenho, alta qualidade: personalize o conteúdo dos seus recibos com gráficos avançados do fabricante número 1 de impressoras POS na Europa

Hiperligações úteis

Poupe energia e custos com as nossas mais inovadoras e ecológicas impressoras POS.

www.epson.pt/ecopos

Estamos a trabalhar ativamente com os principais programadores de software POS baseados na Web para o ajudar a aumentar as vendas, a potenciar a eficiência e a gerir a retenção de clientes. Para encontrar a adaptação perfeita para a sua empresa, visite: www.epson.pt/isv

Localizador de revendedor

Procura um revendedor de produtos Epson na sua região ou um parceiro de assistência qualificado para reparar o seu dispositivo? Visite www.epson.pt/support, introduza a sua morada e selecione o local que procura. Mostraremos o caminho para o parceiro de assistência ou revendedor Epson mais próximo.



EV-100



TM-m30

www.epson.pt/epos

Visite o nosso
blogue comercial
para conhecer
as mais recentes
visões e insights
sobre os setores
do comércio e
hotelaria.
www.epson.pt/blog

¹ Stamford, Conn. "Estudo: 81% investigam online antes de fazerem grandes compras". CSA. <http://www.chainstoreage.com> (obtido em 16 de junho de 2017).

Para mais informações, contacte o seu representante Epson local ou visite www.epson.pt

Epson Ibérica S.A.
Sucursal em Portugal
Telefone: 213 035 400
Fax: 213 035 490
epson@epson.pt
www.epson.pt

Serviço Pós-Venda: 707 222 000
Pré Venda: 707 222 111
9:00 – 18:00 (dias úteis)

As marcas comerciais e as marcas comerciais registadas são propriedade da Seiko Epson Corporation ou dos respectivos detentores. As informações do produto estão sujeitas a alterações sem aviso prévio.