

FIAP – Faculdade de Informática e Administração Paulista

NextIA

(COMPLIANCE, QUALITY ASSURANCE e TESTS)

Bianca Barreto RM: 551848

Gabriel Cirillo RM: 98214

Julia Akemi RM: 98032

Mateus Fattori RM: 97904

Pedro Baraldi RM: 98060

São Paulo 2024

Descrição do problema a resolver:

Os donos de supermercados enfrentam desafios significativos na atualidade, destacando-se a falta de uma estratégia eficaz para engajar e fidelizar os clientes, juntamente com a ausência de insights claros sobre o comportamento de compra da clientela. Esta situação dificulta a tomada de decisões fundamentadas para impulsionar as vendas e criar uma experiência de compra que atenda às expectativas crescentes dos consumidores.

Mais especificamente, os supermercados lutam para manter os clientes engajados e leais à marca, resultando em uma base de clientes menos estável e oportunidades de vendas desperdiçadas. A falta de compreensão sobre os hábitos de compra dos clientes limita ainda mais a capacidade do estabelecimento de adaptar suas estratégias de marketing e atender às necessidades e preferências do público-alvo.

Portanto, o desafio central a ser resolvido é a implementação de um sistema de fidelidade robusto, integrado a um aplicativo móvel, que permita aos clientes acumular pontos relacionados às compras realizadas e trocá-los por descontos e brindes. Além disso, é necessário focar na otimização operacional por meio da análise de dados, visando melhorar o ticket médio de vendas e a fidelidade dos clientes. Dessa forma, será possível obter insights valiosos sobre o comportamento de compra dos clientes, facilitando a tomada de decisões estratégicas para impulsionar as vendas e aprimorar a experiência do cliente.

Descrição dos objetivos da solução idealizada:

Engajamento e fidelização dos clientes:

O principal objetivo é estabelecer um sistema eficaz para engajar os clientes, incentivando sua fidelidade ao negócio. Isso é alcançado por meio do sistema de recompensas e descontos oferecidos aos clientes registrados, incentivando-os a retornar ao estabelecimento para futuras compras.

Compreensão do comportamento do cliente:

A solução visa fornecer insights claros sobre o comportamento de compra de clientes cadastrados e não cadastrados. Ao analisar as compras e gastos de ambos os grupos, permite que o estabelecimento compreenda melhor as disparidades no comportamento de compra, facilitando a identificação de oportunidades de melhoria e a criação de novas estratégias de marketing mais eficazes e direcionadas.

Melhoria da experiência do cliente:

O objetivo é oferecer uma experiência de compra mais personalizada, conveniente e vantajosa para os clientes. Isso será alcançado por meio da disponibilização de um aplicativo móvel intuitivo e funcionalidades que incluem a visualização dos valores gastos e dos pontos acumulados, além de recursos para edição de perfil e resgate de recompensas.

Facilitação da gestão do estabelecimento:

Além de beneficiar os clientes, a solução visa fornecer uma ferramenta eficiente para a administração do estabelecimento. O sistema de gestão automatizado permitirá o registro das compras dos clientes, fornecendo estatísticas detalhadas sobre os hábitos de compra e auxiliando os proprietários na tomada de decisões estratégicas para impulsionar as vendas e melhorar a experiência do cliente.

Definição do público alvo:

O público-alvo para essa solução pode ser dividido em dois grupos principais:

Clientes Pagantes:

Este grupo consiste nos estabelecimentos comerciais que serão os clientes diretos da solução. Eles serão responsáveis por adquirir e implementar o sistema de fidelidade e gestão de clientes em seus negócios. Os clientes pagantes incluem proprietários de supermercados ou qualquer outro tipo de estabelecimento interessado em melhorar o engajamento e a fidelização de seus clientes.

Consumidores Finais:

Este grupo é composto pelos clientes finais dos estabelecimentos que adotam a solução. São os usuários do aplicativo móvel e beneficiários do programa de fidelidade. Eles são os consumidores que realizarão compras nos estabelecimentos participantes e usarão o aplicativo para se cadastrar, acumular pontos, resgatar recompensas e descontos, além de se beneficiar de uma experiência de compra mais personalizada e conveniente.

Portanto, o público-alvo inclui tanto os estabelecimentos comerciais interessados em melhorar o relacionamento com seus clientes quanto os próprios consumidores finais que desejam usufruir dos benefícios oferecidos pelo programa de fidelidade e gestão de clientes.

Estudo de mercado:

1. **Stocard:** Um aplicativo de carteira digital que permite aos usuários armazenar e gerenciar todos os seus cartões de fidelidade e recompensas em um só lugar. Os clientes podem acumular pontos e resgatar recompensas diretamente pelo aplicativo. Ele também oferece recursos de análise básica de padrões de compra e preferências do cliente.
2. **LoyaltyLion:** Este aplicativo oferece uma plataforma de fidelidade personalizada para varejistas, permitindo que criem programas de fidelidade adaptados às necessidades específicas de seus clientes. Ele inclui recursos avançados de análise de dados para ajudar os varejistas a entender melhor o comportamento do cliente e tomar decisões estratégicas.
3. **Smile.io:** Similar ao LoyaltyLion, o Smile.io oferece uma plataforma de fidelidade que permite aos varejistas criar programas de recompensa personalizados para seus clientes. Ele inclui recursos de análise de dados para ajudar os varejistas a entender o impacto de seus programas de fidelidade nas vendas e na retenção de clientes.
4. **Antavo:** Outra opção para programas de fidelidade personalizados, o Antavo permite aos varejistas criar programas de recompensa multicanal para seus clientes. Ele oferece análises detalhadas sobre o desempenho do programa de fidelidade e insights sobre o comportamento do cliente.

Potencial de mercado:

A solução proposta tem um grande potencial de mercado, pois pode atender a diversas fatias do mercado varejista. Aqui estão algumas delas:

1. **Mercados e Supermercados Tradicionais:** Esses estabelecimentos representam uma grande fatia do mercado varejista e enfrentam desafios comuns relacionados à gestão operacional e fidelização do cliente. A solução oferece uma maneira eficiente de gerenciar operações e atrair clientes regulares.
2. **Redes de Mercados Regionais e Nacionais:** Grandes redes de supermercados e mercados regionais também podem se beneficiar da solução para padronizar processos operacionais em várias lojas, além de oferecer um programa de fidelidade consistente em todas as filiais.
3. **Pequenos e Médios Varejistas:** Lojas de conveniência, mercados de bairro e outros pequenos e médios varejistas podem encontrar valor na solução para competir com grandes cadeias, oferecendo programas de fidelidade e experiências de compra personalizadas aos seus clientes.
4. **Consumidores:** O público consumidor é outra fatia importante do mercado a ser conquistada. A solução pode atrair consumidores interessados em programas de fidelidade e benefícios exclusivos, além da conveniência de realizar pagamentos por meio de um aplicativo móvel.
5. **Setor de Tecnologia e Software:** Empresas de tecnologia e software que desenvolvem soluções para o mercado varejista também podem se interessar em fornecer ou integrar essa solução em seu portfólio de produtos, ampliando sua oferta para os clientes existentes e potenciais.
6. **Setor de Consultoria Empresarial:** Consultores de negócios que trabalham com o setor varejista podem recomendar a solução aos seus clientes como uma maneira de melhorar a eficiência operacional e aumentar a fidelização do cliente.