

Você sabia que dentre as reclamações que mais constam no site do “ReclameAqui” para lojas físicas, a principal é o mau atendimento?

Por vezes, esta reclamação tem como base o despreparo, a falta de vontade ou a insistência dos vendedores para que o cliente compre algo que não precise.



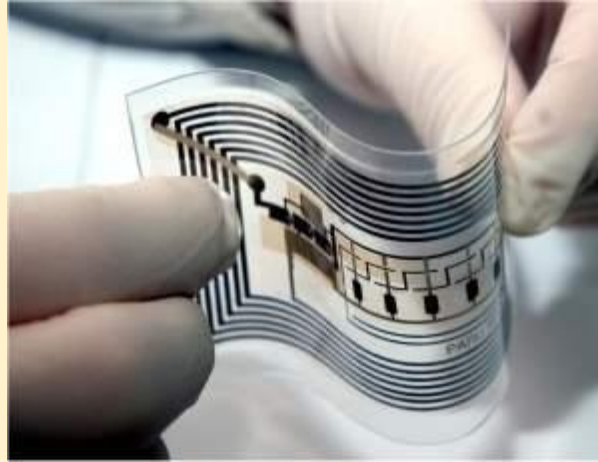
Desta forma, a experiência que era para ser agradável, confortável e fazer com que a pessoa queira repetir aquela vivência. Acaba gerando desconforto, má impressão e até desistência da compra ou de permanecer com determinada marca ou produto.



Fonte: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/natura/>

E para solucionar, ou ao menos amenizar esta situação, criamos a Natura Conecta. Com ela a pessoa tem mais autonomia em relação a sua experiência dentro da loja, de forma que sua vivência fique a critério das suas escolhas.





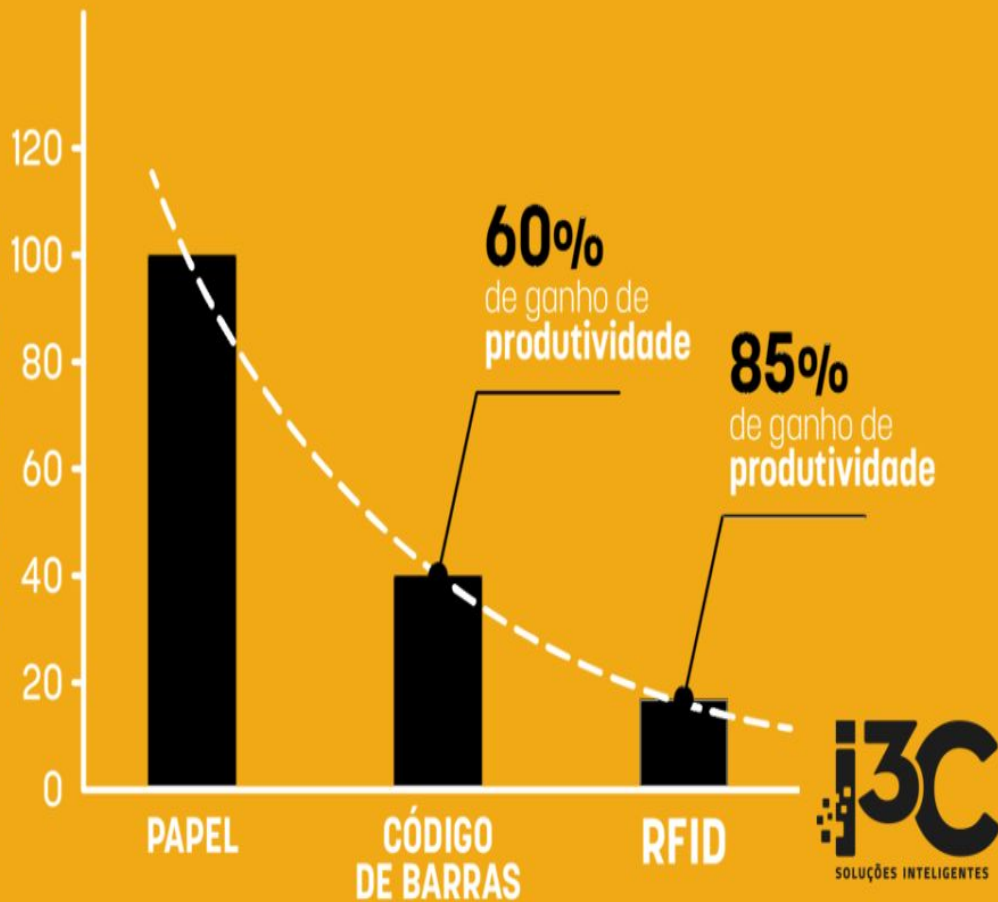
Para isso, a validação ocorre por meio da etiqueta RFID anexada ao produto que ela teve interesse, indicando:

- O valor do produto;
- E somaria o produto as suas compras, informando o valor total.

Desta forma, o cliente se torna mais independente e controla melhor as suas compras, tendo uma prévia do gastos feito.



**CUSTO**



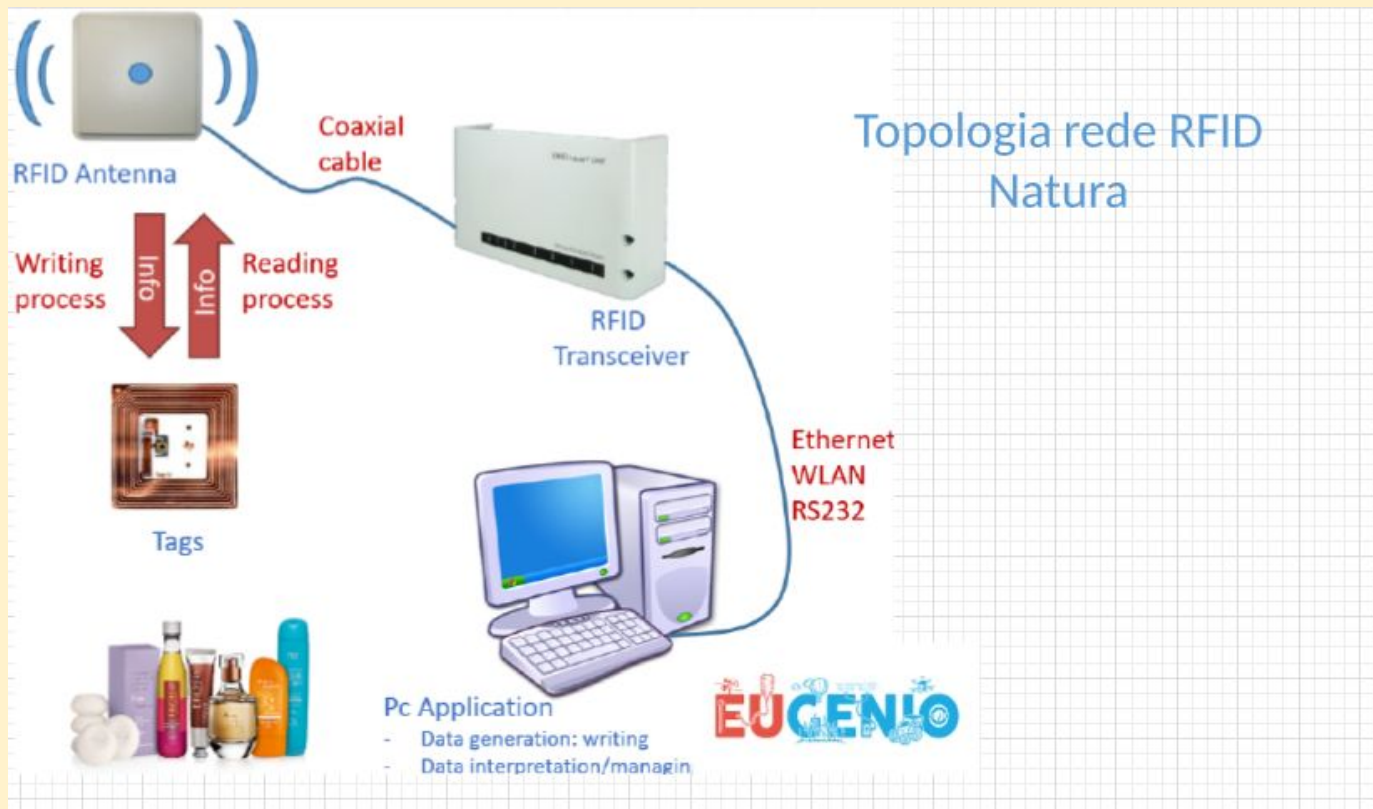
Dentre muitas vantagens, podemos destacar o seu ganho em produtividade com o passar do tempo, já constatado pelo mercado

O que fortalece o seu custo benefício em comparação com outros produtos já utilizados.

Fonte:  
<https://i3csolucoes.com.br/codigo-de-barras-vs-rfid-qual-o-melhor/>

 A1234567890A			
Velocidade de Contagem		Velocidade de Contagem	
300 itens/hora		10.000 itens/hora	
Número de Contagem		Número de Contagem	
1 a 4 vezes/ano		1 vez/semana	
Inventário Nível de Precisão		Inventário Nível de Precisão	
55 a 80%		97 a 99%	
 SOLUÇÕES INTELIGENTES			

# Demonstração





A integração dos serviços foi feita através da plataforma Eugenio.IO, onde foi possível desenvolver as aplicações, utilizando o RFID durante o projeto.



Com isso os nossos  
diferenciais são :

- Proporcionar um feedback direto para a loja, com informações atualizadas.
- Saber quais produtos estão sendo mais procurados e comprados.
- Melhorar o relacionamento com os clientes, pois eles terão mais controle e satisfação
- O cliente se sente mais à vontade para pesquisar os produtos e poderá chamar o vendedor quando achar necessário.
- Facilitando na administração e gerenciamento da loja.

Desta forma, criamos ambientes **Slow Sell**: mais calmo, sem atritos, que sejam confortáveis para o consumidor estar, passear, aprender e conhecer o produto antes de efetuar a compra.

**ROX** (Retorno sobre a Experiência) e **ROI** (Retorno sobre Investimento) para acompanhar a mudança de hábitos dos consumidores, que não têm mais interesse apenas no produto, mas na experiência que uma marca ou produto pode proporcionar.

E diferentemente dos nossos concorrentes, os clientes não precisam fazer um cadastro com informações básicas através de rede sociais, e-mails de marketing. Muito menos a indicação de amigos.

## O Boticário

Entre os omnichannel cases brasileiros temos a rede de franquias de perfumes e cosméticos O Boticário.

A maneira que a empresa utilizou para integrar seu mundo virtual ao físico foi oferecendo amostras de seus produtos.

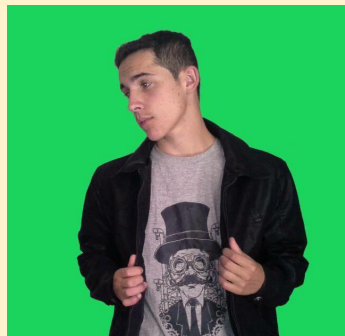
Para isso, os clientes precisam preencher um cadastro com informações básicas, cujo link é informado nas redes sociais, e-mails marketing e anúncios patrocinados da marca.

No preenchimento, basta indicar outra pessoa para fazer o mesmo e escolher em qual loja deseja retirar o brinde.

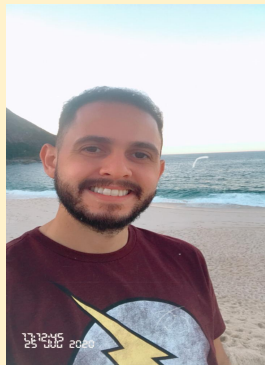
A comparecer para buscar o brinde, as vendedoras oferecem descontos para outros produtos da marca, válidos somente para o dia da retirada da amostra.

Essa **estratégia omnichannel de O Boticário também** pode ser vista em outras empresas do grupo, como a Quem disse, Berenice? e a The Beauty Box.

# Time



Giovany Nogueira



João Felipe



Joyce Souza



Juliana Aintablian



Nathany Mendonça

E como forma de desenvolver e aprimorar as funcionalidades da Natura Conecta, o próximo passo é desenvolver a integração com o QR Code e chat bot para o celular do cliente, assim ele poderá:

- Saber se o produto está disponível na loja;
- Receber informações sobre a localização do produto no interior da loja, tornando-se mais independente
- Receber informações sobre os produtos semelhantes ao que foi indicado por ele, de modo que tenha alternativas, caso o produto inicial não o agrade.

Por isso, focamos em melhorar cada vez mais a experiência do cliente dentro das lojas físicas, fazendo com que eles se sintam cada vez mais acolhidos e confortáveis. Somando ao cuidado e higienização dos produtos e manuseios, fará com que eles se sintam mais seguros em estar naquele ambiente.

Assim, acreditamos que converteremos o número de desistências de compras em número de produtos vendidos, de acordo com a satisfação do cliente em experienciar o produto, seja o principal caminho a seguir.

# Obrigado

