

# OMNICHANNEL: *A visão de consumidores e empresas no Brasil*



# Consumidor “Omnichannel”

**Consumidores, imersos na conveniência e mobilidade, tornaram estes critérios essenciais e estratégicos para empresas**



# Consumidor “Omnichannel”


O “neo consumidor omnichannel” é digital, conectado, multicanal, multimídia e altamente informado.

Ele apresenta um novo modelo de consumo baseado na **“intimidade com multiconexões simultâneas”**, ele utiliza todos os canais – loja, catálogo, canal center, web, mobile para informação e aquisição de bens.

**Para os consumidores, o mundo é omnichannel. Eles não separam canais do mundo virtual e do físico.**



# Para o consumidor, a experiência é a diferença....



**Atendimento consistente em todos os canais**

**Experiências diferenciadas**

**Necessidade de se sentir único**

# Consumidor “Omnichannel”



# Consumidor “Omnichannel”

---



Sob o olhar dos consumidores , o termo omnichannel significa **poder satisfazer suas necessidades onde e quando desejar, no momento mais confortável, não havendo restrições de local, horário ou meio....**

# A conexão entre o mundo online e offline é essencial para os consumidores e está baseada no produto

**79%**

concordam  
**CÓDIGO DE REFERÊNCIA** do produto deve ser **IGUAL EM QUALQUER LUGAR**



# Consumidor "Omnichannel"



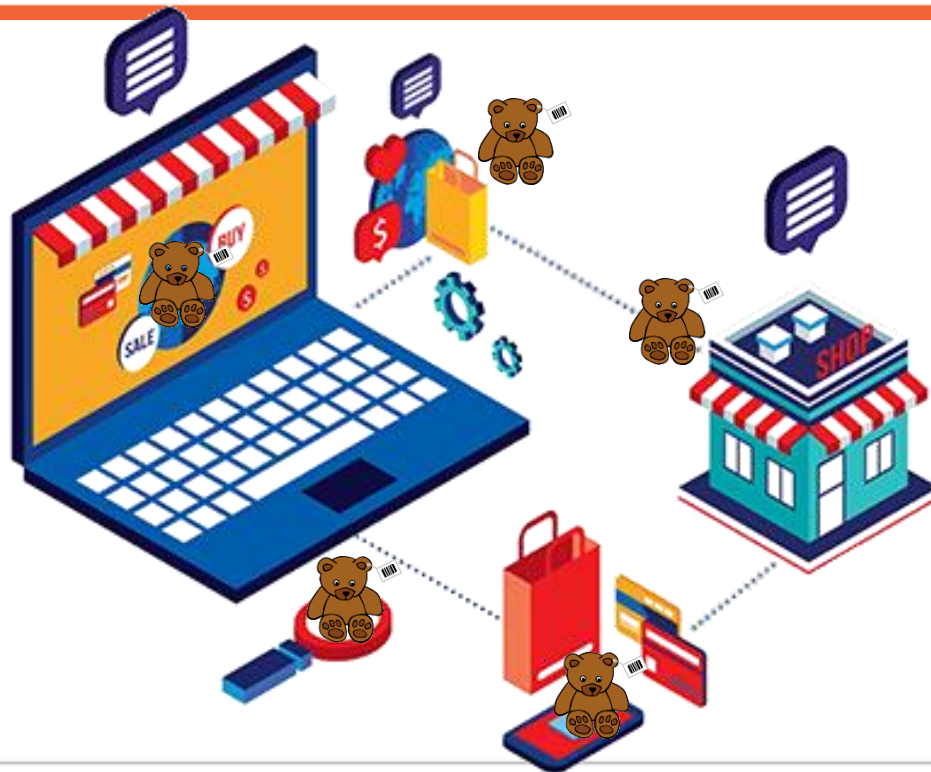
**74%** valorizam a **DISPONIBILIDADE** do produto



# Consumidor "Omnichannel"

**68%**

RASTREABILIDADE  
ON/OFFLINE



# Consumidor “Omnichannel”

Ao compreender as preocupações dos consumidores nas **compras online**, é possível observar que ainda se concentram nos aspectos práticos, mas os comportamentos estão amadurecendo

1

**Aspectos práticos** de uma compra são as primeiras referências

**SABER RASTREAR  
TER INFORMAÇÕES E  
DISPONIBILIDADE DO  
PRODUTO**

2

**Facilidades de entrega** são aspectos que já **ganham relevância**

**FRETE  
RETIRADA  
TROCAS**

3

A maioria dos consumidores ainda **não está preparada para compartilhar mais dados** sobre seu perfil

E também não considera que **logística “just in time”** seja importante

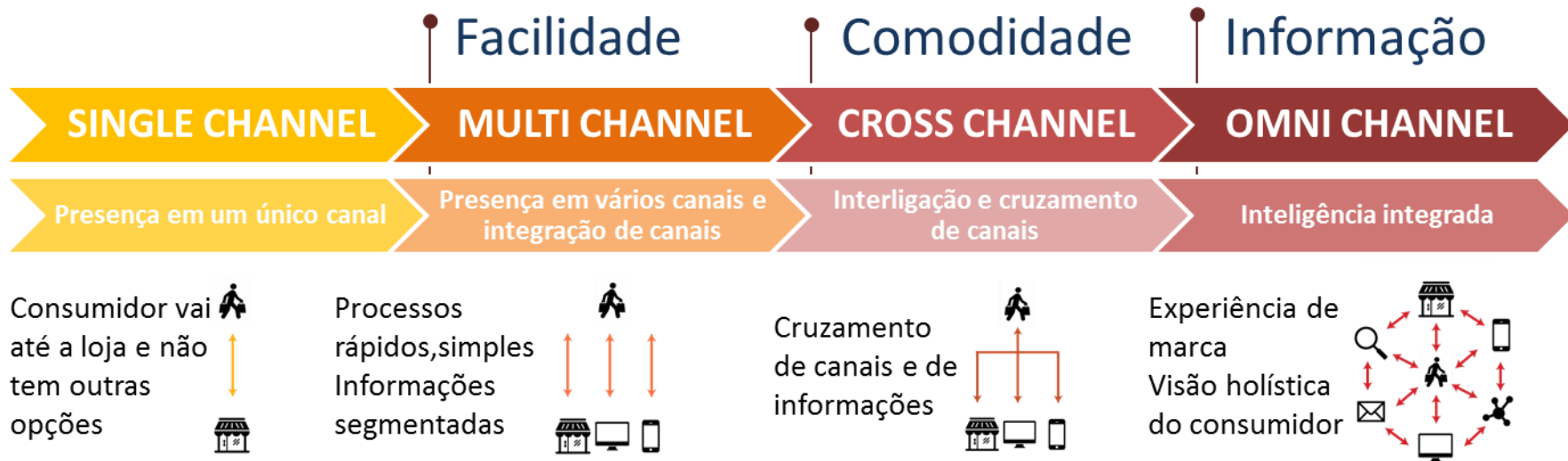
# Empresas – Omnichannel



Para as empresas, omnichannel pode ser resumido como a **convergência de todos os canais e de informações** com o objetivo de alavancar as vendas entre lojas físicas e virtuais e aproximar-se dos consumidores.

# Empresas – Omnichannel

- Omnichannel é um processo a ser construído em etapas
- É preciso que as empresas compreendam cada estágio para passar para a próxima fase
- Não é possível se tornar omnichannel da noite para o dia



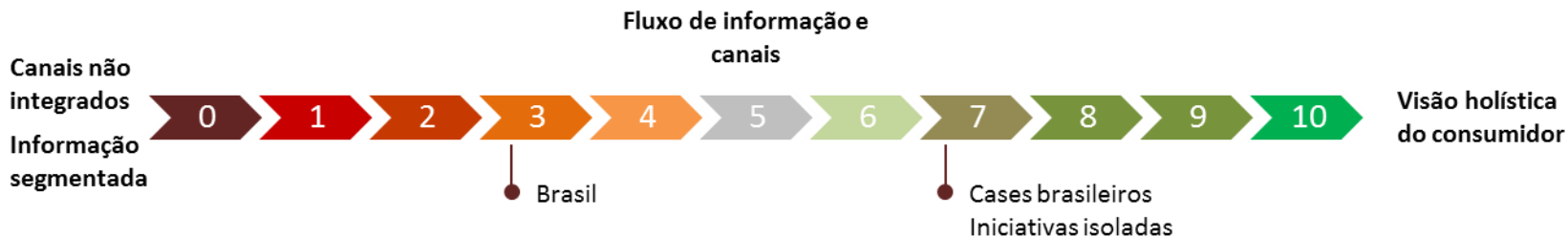
# Empresas – Omnichannel

## O estágio brasileiro – percepção das empresas

O Brasil ainda está no início do processo de omnichannel. As iniciativas são espontâneas e “segmentadas”, buscando se assemelhar aos concorrentes, mas não estão incluídas no planejamento estratégico.

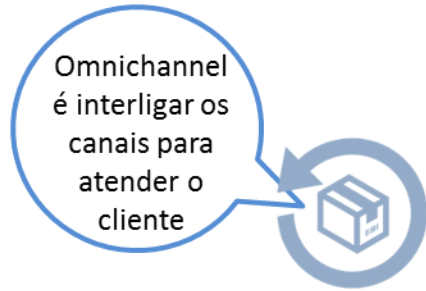
Na avaliação dos entrevistados, o Brasil está no estágio 3 de implantação de omnichannel.

Algumas empresas entendem que há poucas iniciativas inovadoras, porém isoladas, que estão mais avançadas - estágio 7



# Empresas – Omnichannel

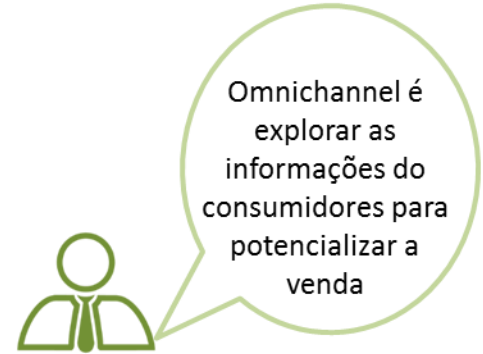
## OMNICHANNEL



**INTERLIGAÇÃO DE CANAIS**  
“ Unificados e convergentes”  
**CONVERSÃO EM VENDAS**



**INFORMAÇÃO INTEGRADA**  
“ Consistente e coerente em todos os canais”  
**RELACIONAMENTO**



# Empresas – Omnichannel

**OS MARKETPLACES SERÃO  
CATALISADORES PARA  
SOLIDIFICAR O  
OMNICHANNEL**

**ELES FUNCIONAM COMO  
CONECTORES**

e criam um loop positivo que se beneficia dos efeitos de rede - a oferta e a procura seguem uns aos outros.



# Empresas – Omnichannel

---



Para inovar, as empresas estão **saindo da zona de conforto e testando novas soluções....**



# Omnichannel – ações e estratégias

---



- INTERLIGAÇÃO DE CANAIS
- COMUNICAÇÃO UNIFICADA E CONSISTENTE
- INTEGRAÇÃO DA INFORMAÇÃO

# Omnichannel – ações e estratégias



**RELACIONAMENTO PERSONALIZADO COM O CONSUMIDOR**

**ESSAS INFORMAÇÕES NÃO DEVEM FICAR RESTRITAS AO MUNDO ONLINE**

**AS LOJAS FÍSICAS TAMBÉM PRECISAM DE INFORMAÇÃO**

# Obrigada!

[www.gs1br.org/dados](http://www.gs1br.org/dados)