

O CAMINHO PARA TORNAR-SE UMA ORGANIZAÇÃO ORIENTADA POR DADOS

COMO AS GRANDES EMPRESAS DE CONSUMO UTILIZAM
OS DADOS PARA ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTES?

NOVOS DESAFIOS DAS MARCAS CPG

-Acelerar a incorporação de seus produtos nos diversos canais de marketing, atendendo ao desafio de garantir conteúdo digital preciso e completo no formato exigido por cada canal.

-Aumentar a capacidade de se adaptar e cumprir as demandas do mercado e suas regulamentações, diferenciando-se ao garantir uma melhor experiência do cliente.

-Renovar suas estratégias de Go To Market, garantindo a aproximação das marcas com os consumidores, por meio de conteúdo digital, trazendo retenção independente de sua forma contato e canal de compra.

-Evitar inconsistência nas informações do produto, preço e promoções.

-Corrigir rótulos incompatíveis com o produto ou com a exigência de regulamentação do país.



Vivemos em constante mudança diante das expectativas e do comportamento de compra dos consumidores. Este novo cliente que se configurou demanda cada vez mais informações e detalhes dos produtos que adquirem. Os múltiplos canais digitais forçam as empresas de consumo a se transformar rapidamente, disponibilizando um melhor conteúdo digital para o consumidor final, as mantendo relevantes ao basear suas virtudes no poder dos dados.

Devido ao aumento de novos canais de vendas, diversos fluxos de informação e ao aumento do número de produtos, tem sido gerada uma alta complexidade e intensa necessidade de otimizar a Gestão de Dados de Produtos nesse setor.

OS 5 GRANDES DESAFIOS PARA EMPRESAS DE CONSUMO

CPG – Consumer Packaged Goods

1. Garantir uma nova e relevante experiência do cliente:

Fornecer informações corretas aos clientes de forma consistente e em todos os canais.

2. Governança de dados:

Implementar governança de dados em toda a organização

3. Qualidade e eficiência da informação:

Garantir fluxos de trabalho ideais e eficientes para reduzir o tempo de chegada dos produtos ao mercado

4. Conexão multicanal:

Estabelecer uma integração entre sistemas internos que facilite a comunicação com empresas externas em toda a cadeia de abastecimento até o ponto de venda

5. Padrões e regulamentos:

Padronizar as informações dos produtos de acordo com as diretrizes e padrões dos diferentes países



EM UM MOMENTO DE NOVOS DESAFIOS DIGITAIS; NOVAS ESTRATÉGIAS

Empresas de consumo adicionam e compartilham informações extensas em seus sistemas. Muitos deles são isolados, mal sincronizados e desconectados, de modo que os dados do produto são frequentemente armazenados em silos distintos, resultando em fontes duplicadas, imprecisas ou desatualizadas.

O Omnichannel (estratégia que integra o marketing aos canais de vendas) está aqui para ficar. Hoje nos valemos de múltiplos canais de vendas para permanecermos relevantes: marketplace, e-commerce, supermercados, vendas por catálogos, lojas de experiência, aplicativos móveis, Instagram shopping e Google shopping, entre outros.

É por isso que a estratégia de negócios nestes tempos exige uma visão de dados diferenciada, que englobe tudo o que é necessário para entregar a cada canal informações corretas, completas, atualizadas, centralizadas e automáticas de cada produto.



POR QUE UM MDM É A SOLUÇÃO PARA AS EMPRESAS DE CONSUMO?

O MDM permite que as empresas de consumo harmonizem dados de muitas fontes que podem conter informações incompletas ou não padronizadas. Funciona como um repositório de dados centralizado, acessível e integrado, que permite às organizações ter informações atualizadas e consistentes sobre cada um de seus produtos, componentes, atributos, matérias-primas, regulamentos de rotulagem, o impacto ambiental, sustentabilidade, dados nutricionais e origem, para citar alguns exemplos.



COMO O MDM PODE TE LEVAR AO SUCESSO?

Um MDM constrói um banco de dados sólido, permitindo às empresas monitorar, aprimorar e lançar constantemente novos produtos por meio de canais tradicionais, digitais ou híbridos, que dependem do acesso e troca de dados consistentes.

Mas nem todos os produtos de uma marca são codificados em todos os seus canais e diante de um universo de múltiplos dados é necessário ter uma única fonte de informação onde seja possível sincronizar seus dados mestre aos canais, para entregá-los completos e garantir sua qualidade. É assim que as organizações em todo o mundo alavancam soluções tecnológicas para automatizar esses processos, o PDS (Product Data Syndication) oferece grande valor para a syndicação de dados do produto para todos os seus canais de marketing.



INFORMAÇÕES DO PRODUTO NO FORMATO EXIGIDO PELO CANAL DE VENDAS COM UM CLIQUE

A solução PDS (Product Data Syndication) da Stibo Systems oferece uma forma ágil de compartilhar informações com os diversos canais de marketing como varejistas, e-commerce e catálogos eletrônicos, levando em consideração os requisitos específicos de informação exigidos nas fábricas e pontos de vendas.

A syndicação dos dados permite a entrega de informações consistentes e de alta qualidade, promovendo relações participativas e confiáveis entre as marcas e seus canais.

SINDICAÇÃO DE DADOS DE PRODUTO



REDUZA SEU TIME TO MARKET

Hoje, competir com sucesso e envolver os consumidores exige várias habilidades que as empresas precisam incorporar rapidamente. A chave para não perder competitividade está em colocar novos produtos no mercado de forma rápida e eficiente, e de preferência; antes da concorrência. Ao mesmo tempo é preciso ampliar seus canais de vendas, garantindo que estejam ao alcance do consumidor final, entregando a experiência de compras ideal.

As soluções de MDM e PDS permitem reduzir o time to market centralizando não só a informação dos produtos, mas também a comunicação correta com os diferentes canais de distribuição (grandes varejistas, marketplaces ou eCommerce).

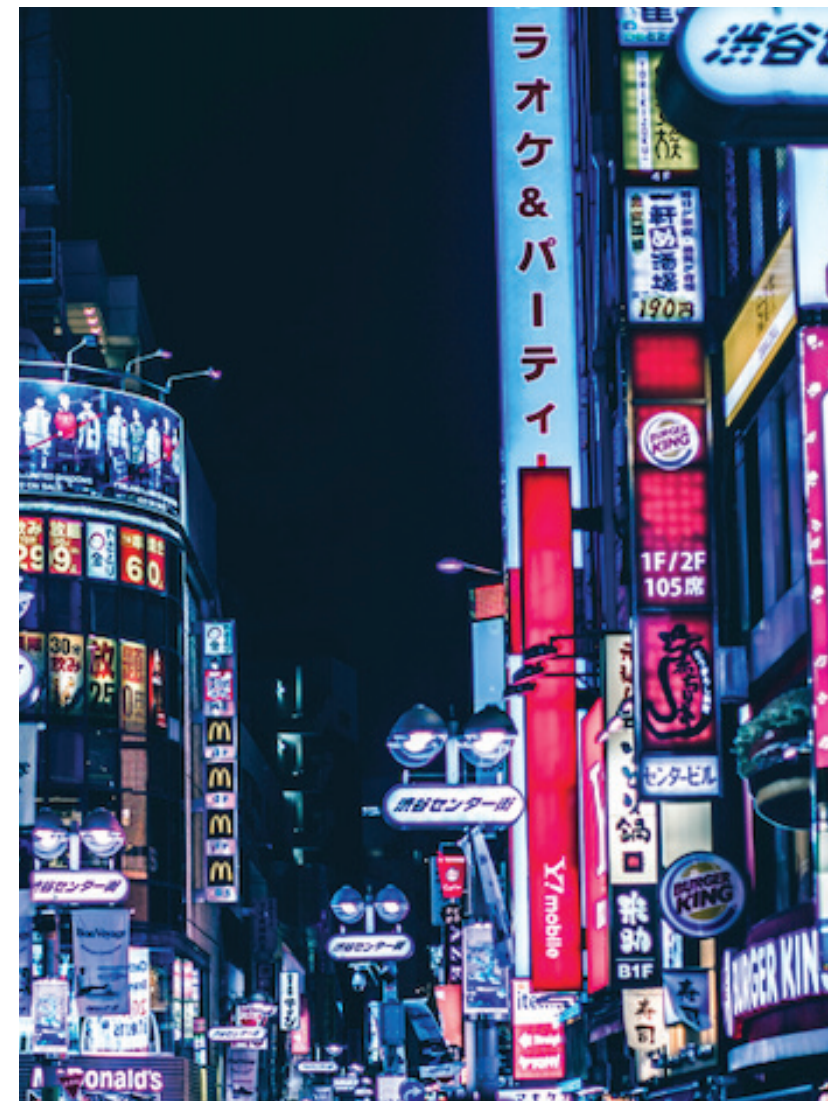


CRUZANDO FRONTEIRAS COM UM MDM

As empresas de consumo geralmente criam variantes regionais para atender aos mercados locais, ao mesmo tempo que garantem a conformidade com os regulamentos do país. A Kellogg's por exemplo - um cliente global da Stibo Systems - possui indústrias em 18 territórios e vende seus produtos em mais de 180 países. Isso envolve uma complexidade significativa ao distribuir para milhares de lojas de varejo e e-commerce, ao mesmo tempo que garanta que as informações e o conteúdo do produto sejam precisos em todos os idiomas e estejam em conformidade com os regulamentos locais de segurança e rotulagem.

Na América Latina, empresas de consumo e varejo vivem a necessidade de cumprir diferentes regulamentações associadas à rotulagem, por exemplo: O selo nutricional no Equador, a rotulagem octogonal no Chile e a advertência nutricional da rotulagem frontal no Peru, Uruguai e México e as informações nutricionais no Brasil.

Uma solução de MDM permite que os fabricantes garantam a governança e atualização dos dados críticos antes de cada regulamentação, evitando o reprocessamento dos itens, edições e operações manuais. Vencer neste ambiente dinâmico, conectando e reunindo dados em toda a cadeia de valor de negócios, produzindo uma fonte única, precisa e unificada de dados confiáveis, torna-se uma estratégia orgânica do Gestor de Dados Mestres.





BENEFÍCIOS DA IMPLEMENTAÇÃO DO MDM MULTIDOMÍNIO DA STIBO SYSTEMS:

- Elimina silos de dados para criar uma visão única e confiável dos atributos de seus produtos, clientes e outros domínios críticos para os negócios
- Exclui erros manuais de entrada de dados e simplifica os processos de negócios
- Lança novos produtos no mercado em mais canais de forma ágil e com a qualidade da informação necessária para traduzi-la em vendas
- Fideliza o cliente por meio de experiências envolventes e personalizadas
- Fornece transparência em toda a cadeia de abastecimento para melhorar a segurança e a conformidade com os regulamentos do produto, interesses e necessidades do cliente
- Desbloqueia informações de diferentes fontes de dados para melhorar a tomada de decisões que aumentam a velocidade e agilidade operacional
- Compartilha e distribui dados de forma eficiente e melhora a colaboração com parceiros de varejo e canais de marketing ao alcance de seu consumidor final

MDM GERA RESULTADOS TANGÍVEIS PARA MARCAS

- Redução do time-to-market em cerca de 80%
- Aumento de 83% nas informações e atributos associados a cada SKU (produto)
- Aumento de 37% no número de SKUs
- Eliminação progressiva de planilhas
- Criação de uma visão unificada dos dados do cliente para gerar insights e oportunidades de crescimento



Stibo Systems, é uma empresa confiável no gerenciamento e fornecimento de sistemas de gestão de dados mestres (MDM). Nossas soluções são a força motriz de companhias com visão de futuro em todo o mundo e que comprovaram valor diante do uso estratégico de seus dados, capacitando-os para melhorar sua experiência do cliente, ao impulsionar a inovação e crescimento para criar uma base essencial para a transformação digital. Damos às empresas a transparência que elas exigem e desejam - uma visão única e precisa de seus dados mestres - para que possam tomar decisões orientadas por informações, e assim, atingir metas de escala e alcançar objetivos planejados. A Stibo Systems é uma subsidiária privada do grupo Stibo A/S, fundado em 1794 e sediada em Aarhus, Dinamarca. Para mais informações, visite: www.stibosystems.com/pt-br/

CONTATE NOSSA EQUIPE:

<https://www.stibosystems.com/pt-br/>
contato@stibosystems.com