

# EXCEDENDO AS EXPECTATIVAS NO VAREJO

Construindo uma base de confiança e qualidade de dados para potencializar a personalização



A personalização fortalece os relacionamentos, evita a rotatividade de clientes e aumenta as oportunidades de vendas cruzadas e receitas.



**2/3**

dos consumidores associam a personalização a um relacionamento mais positivo com o varejista.<sup>1</sup>

Métodos de comunicação personalizada preferida  
% do total



**Os consumidores mais jovens preferem aplicativos:**  
Enquanto 25% da população geral prefere aplicativos, é maior para a Geração Z (69%) e Geração X (58%)<sup>2</sup>

Fontes de dados para experiências personalizadas<sup>3</sup>



Coletar, analisar e agir com base nessas informações não é fácil

**63%**

DOS ENTREVISTADOS DISSERAM QUE A PERSONALIZAÇÃO ORIENTADA POR DADOS É UMA TÁTICA DIFÍCIL DE EXECUTAR<sup>4</sup>

**48%**

DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING DIZEM QUE A MÁ QUALIDADE DOS DADOS IMPEDE A PERSONALIZAÇÃO<sup>5</sup>

**83%**

FOCARÁ EM OFERTAS PERSONALIZADAS QUE REFLETEM OS PADRÕES DE COMPRAS DO CLIENTE E AS PREFERÊNCIAS DO PRODUTO

**80%**

USARÁ UMA BASE DE DADOS DO CLIENTE E UMA PLATAFORMA DE ANÁLISE PARA ANALISAR OS CLIENTES

Como os varejistas planejam melhorar a personalização

Os varejistas impulsionarão a personalização, mas os consumidores não confiam neles utilizando os seus dados

**30%**

DISSERAM QUE NÃO TINHAM NENHUMA OU POUCA CONFIANÇA DE QUE OS VAREJISTAS PODERIAM PROTEGER SEUS DADOS<sup>1</sup>

**11%**

CONFIRMARAM SENTIR CONFIANÇA TOTAL DE QUE OS VAREJISTAS PODERIAM PROTEGER SEUS DADOS<sup>1</sup>

Como os varejistas podem melhorar a confiança e a segurança do consumidor



Como o MDM de Cliente pode ajudar a melhorar a personalização e construir confiança

Garantindo a qualidade dos dados e enriquecendo as informações do cliente, o Master Data Management para Dados de Cliente, permite que os varejistas criem uma visão única 360° dos clientes e consolidem dados duplicados, em Golden Records.



Conecte diferentes domínios de dados (clientes, localizações, produtos, fornecedores, etc.) e garanta sinergia gerenciando-os na mesma plataforma sem outros add-ons de aplicativos.

Administre os dados de seus clientes para torná-los adequados para personalização



Para saber mais, baixe  
"Cinco etapas para criar dados acionáveis para personalização"

Origens:

- 1 New Study Shows Personalization Can Win Customers - If Retailers Can Improve, footwearnews.com, 2019
- 2 Personalization in Digital Food Retail- Shoppers Expect More, IDC, 2019
- 3 State of Consumer & Retailer Data Survey 2020, Stibo Systems, 2020
- 4 Why Marketers Struggle with Data-Driven Personalization, eMarketer, 2018
- 5 The Clear Path to Personalization, Forbes Insights, 2019

Sobre Stibo Systems

Stibo Systems, é uma empresa confiável no gerenciamento e fornecimento de sistemas 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: [stibosystems.com/pt-br](http://stibosystems.com/pt-br)