

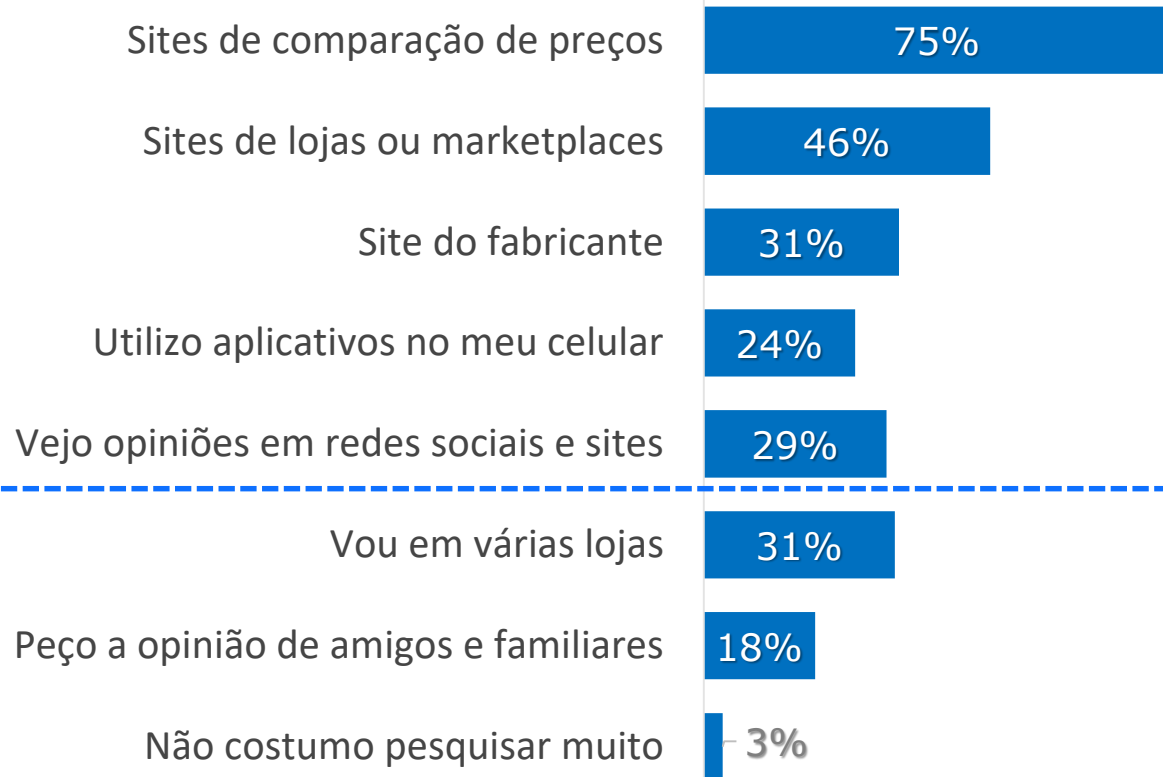
O consumidor moderno

O consumidor moderno é exigente, atento e conectado. Principalmente quando **vai às compras** e procura por um novo produto ou marca.

O processo que antes consistia em se locomover à uma loja ou shopping, hoje se **inicia na internet** com a **busca por informações**.



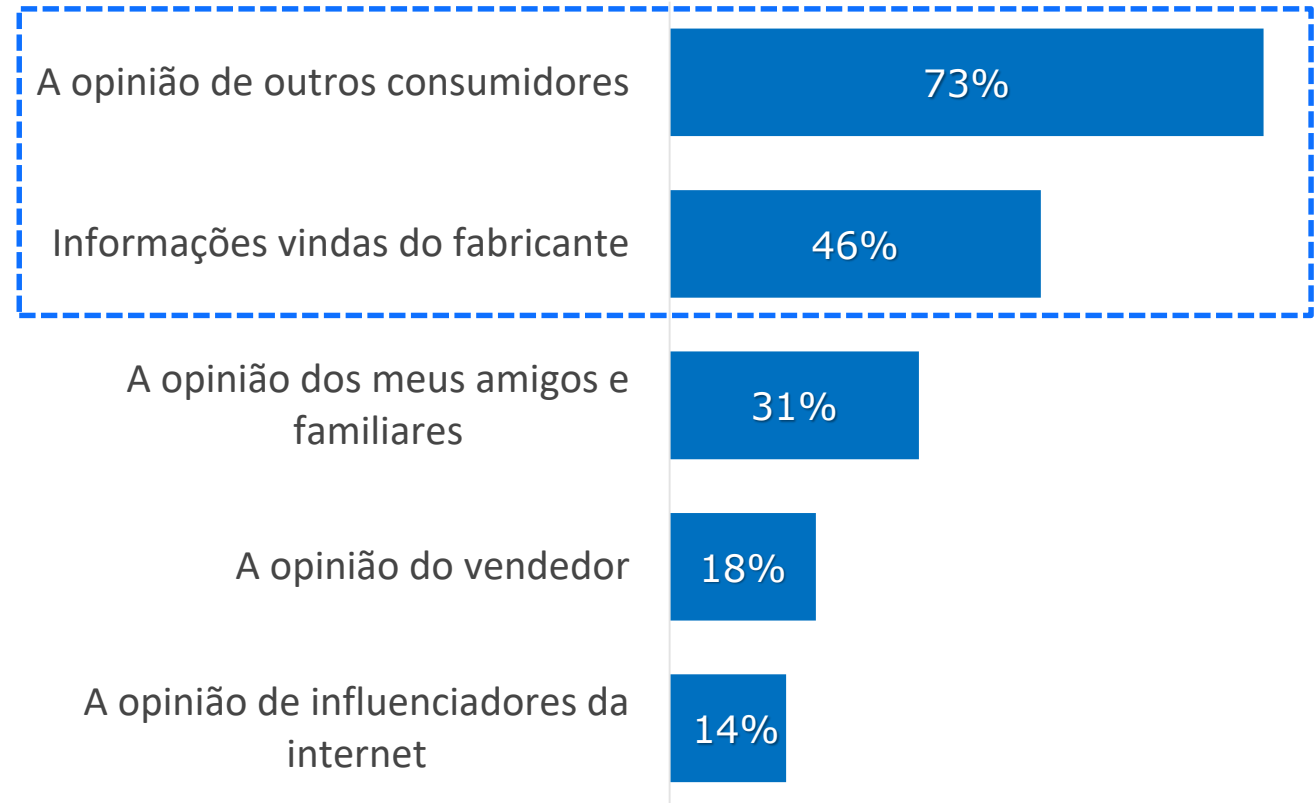
A busca por informações



Quando um consumidor decide adquirir um novo produto ele busca informações em diversas fontes, sendo a **internet** a mais comum delas. Mesmo preferindo sites de comparação de preços, o consumidor ainda pesquisa em **marketplaces** e no **site do próprio fabricante**.

Fonte: Pesquisa realizada pela GS1 Brasil com 1255 consumidores brasileiros maiores de 18 anos com acesso à internet. Margem de erro 3% no intervalo de confiança de 95% - Setembro/2019.

Ainda assim, o consumidor é cauteloso sobre a **fonte** de informações que acessa, preferindo confiar na experiência relatada por **outros consumidores** ou nos dados divulgados pelo **dono da marca**.



Fonte: Pesquisa realizada pela GS1 Brasil com 1255 consumidores brasileiros maiores de 18 anos com acesso à internet. Margem de erro 3% no intervalo de confiança de 95% - Setembro/2019.

Para os consumidores, as informações dos produtos são essenciais para a decisão de compra e elas deve estar **coerentes entre os canais.**



93% deles acreditam que as informações dos produtos devem ser **idênticas** tanto na **loja física quanto na online.**



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

Muito além de fornecer informações qualificadas e de confiança aos consumidores, as empresas devem se atentar à qualidade de dados dos seus produtos para reduzir custos e otimizar processos.



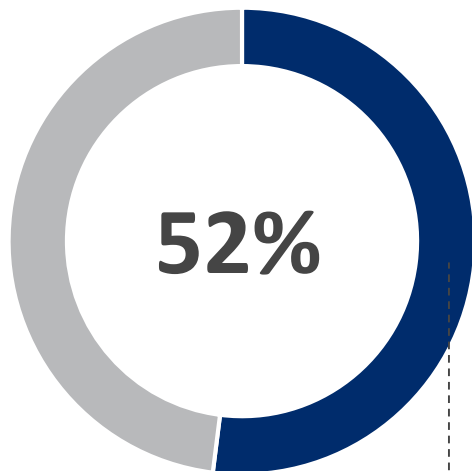
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

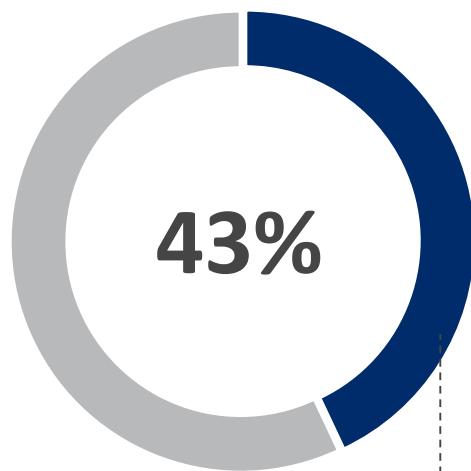
Estudos realizados pela GS1 Brasil revelam que no mínimo 1/3 das empresas já tiveram algum prejuízo atrelado às **inconsistências de dados de produtos**, os quais **geram prejuízos** fiscais, na distribuição e na reposição **de produtos no varejo.**

Fonte: Pesquisa realizada pela GS1 Brasil em parceria com a H2R pesquisas, foram entrevistadas 550 empresas dos setores de alimentos, comércio, saúde e indústria. Margem de erro 4,2% no intervalo de confiança de 95,5% - julho/2019.

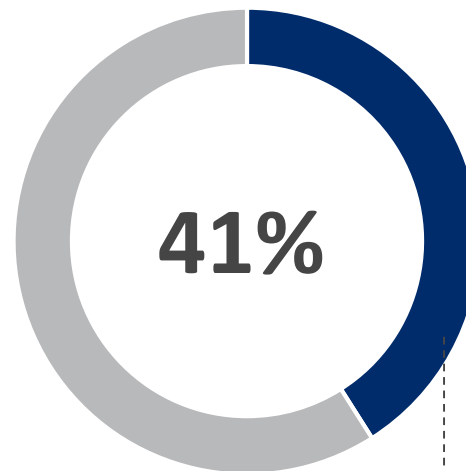
Alguns dos problemas mais comuns enfrentados pelas empresas devido à inconsistências no cadastro de produtos:



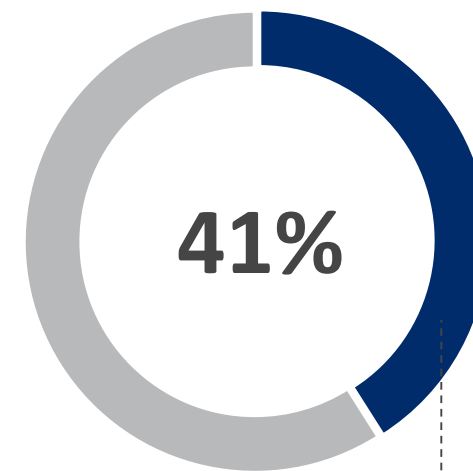
Das empresas encontraram divergências entre os produtos no pedido e na nota fiscal



Tiveram que realizar compras e carregamentos emergenciais



Já enfrentaram inconsistências no controle de inventário



O varejo recusou o recebimento do seu produto devido erros na nota fiscal

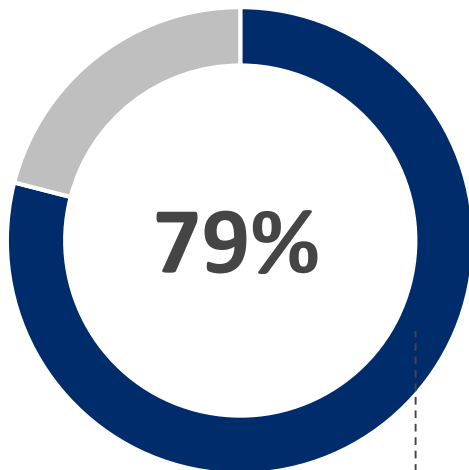


ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

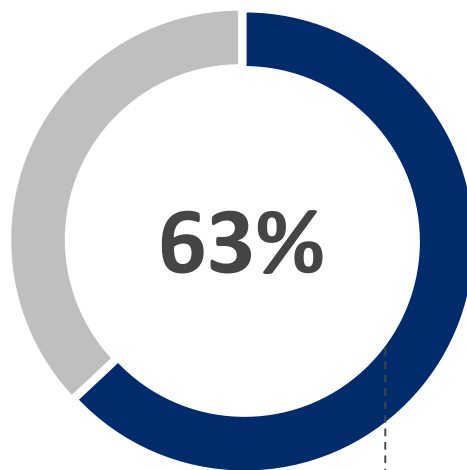
A Linguagem Global dos Negócios

Com essa consciência, empresas já trabalham alguns pontos para melhorar a qualidade dos dados de seus produtos e evitar que tais problemas ocorram.

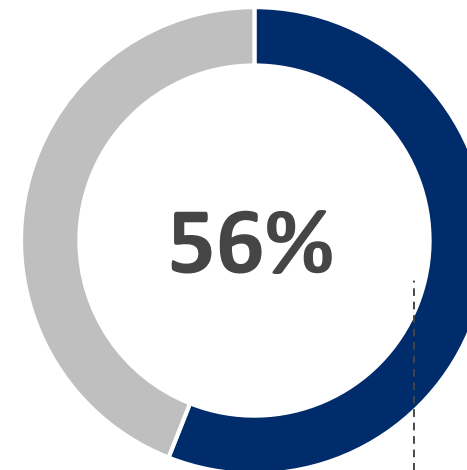
Ações já realizadas pelas empresas para evitar erros e perdas nos processos de compra e venda:



Identificação de empresas que receberam os produtos



Identificação do lote de cada produto



Identificação de qual lote foi para qual distribuidor/varejista



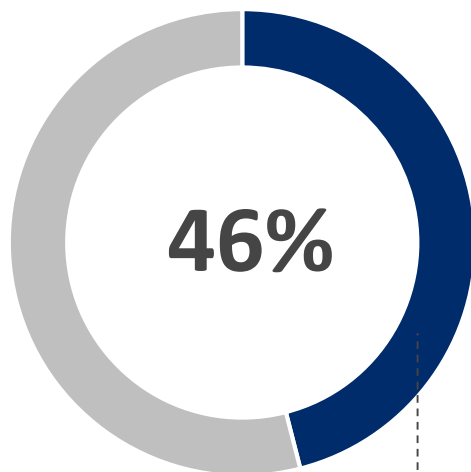
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

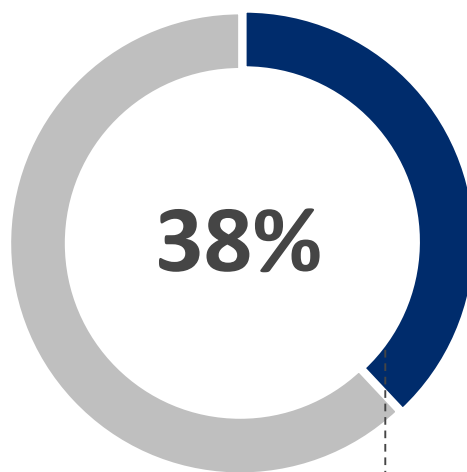
Mas somente ações pontuais podem não ser o bastante para evitar perdas.

De maneira geral, as barreiras para a integração de dados são muitas e os desafios já fazem parte da realidade das empresas.

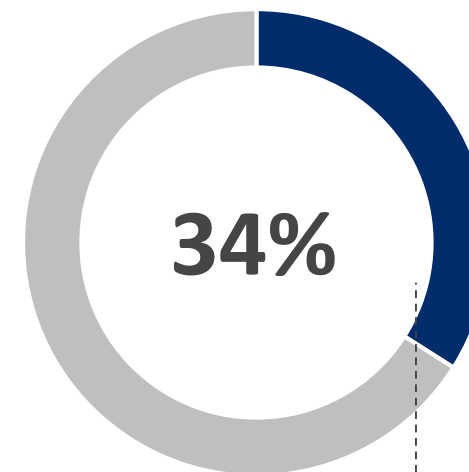
Desafios enfrentados pelas empresas para a **integração de dados** de produtos:



Falta de conhecimento técnico



Sistema entre varejo e indústria não conversam



Necessidades de muitas atualizações nos sistemas antigos

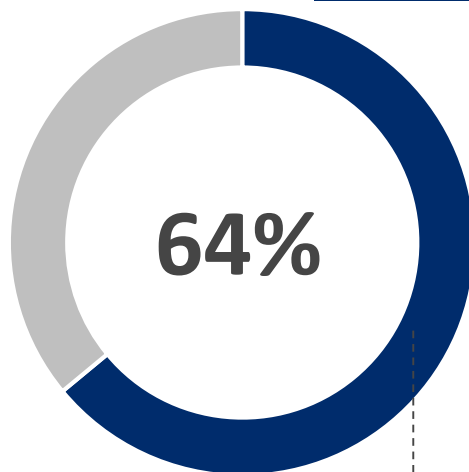


ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

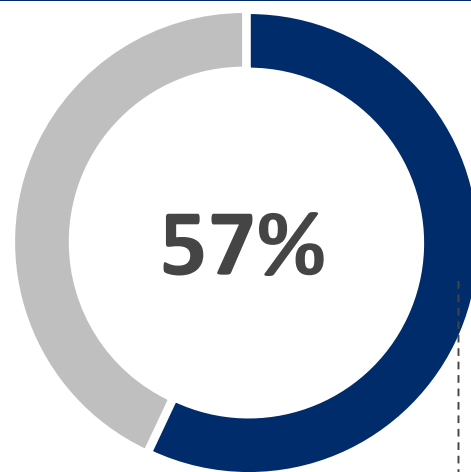
A Linguagem Global dos Negócios

Em face aos problemas enfrentados e aos desafios identificados, as empresas já vivenciam a necessidade de se ter uma base de dados qualificada, principalmente quando se trata de dados de produtos.

Desafios sobre **qualidade de dados** que já **são realidade** nas empresas.



Transformação de dados de produtos em informações úteis para a empresa



Integração dos dados de produtos em toda a cadeia

Para enfrentar esses desafios, o primeiro passo é garantir uma base de dados qualificada, ou seja: com dados completos, consistentes, padronizados, acurados e atualizados.



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

Em um mundo onde a informação se torna cada vez mais importante tanto para consumidores como empresas, somente ter dados não é o bastante. É necessário que essas informações sejam corretas e estruturadas. Ter um cadastro de produtos qualificado, com informações completas, consistentes, padronizadas, acuradas e atualizadas é o passo inicial para se adaptar à esse mundo.

Obrigada!

Pesquisa & Desenvolvimento GS1 Brasil

