



**O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL NOS NEGÓCIOS**

ANTES DE COMEÇARMOS, DUAS HISTÓRIAS...



veja.com
entretimento

Goleiro Bruno FGTS Lava Jato Blogs Acervo digital Assine

Quem é Thaynara OG, a primeira estrela nacional do Snapchat

Maranhense é a primeira celebridade nacional de uma rede que já tem estrelas próprias nos Estados Unidos e na Noruega

Por **Melina Kuramoto**
3 jul 2016, 09:00 - Atualizado em 12 jul 2016, 21:08

2/21 A snapchatler Thaynara OG, fenômeno do Snapchat (VEJA.com/Reprodução/Reprodução)

Toonimo

Guide Users Successfully Through Your Platform

Request a Demo

Últimas

Entretimento
'DR' termina em chute de Emily em Marcos - redes

O CONSUMIDOR DE VIAGENS MUDOU

INSTAGRAM

- 2/3 dos millennials afirmam que a aderência a Instagram dos destinos é o maior fator de decisão
- 1/4 afirmam que viajam para locais que viram nos perfis de influenciadores
- A maioria posta fotos dos locais que visitou para incitar inveja nos amigos

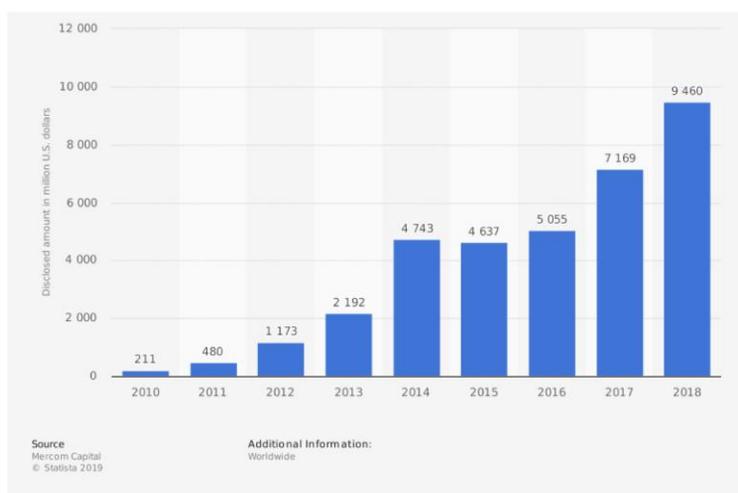
O CONSUMIDOR DE ALIMENTOS MUDOU

ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

- Nos EUA, e-commerce deverá representar 20% do mercado até 2025
- No Brasil, iFood recebeu 17,4 milhões de pedidos em março. São 70 mil restaurantes afiliados

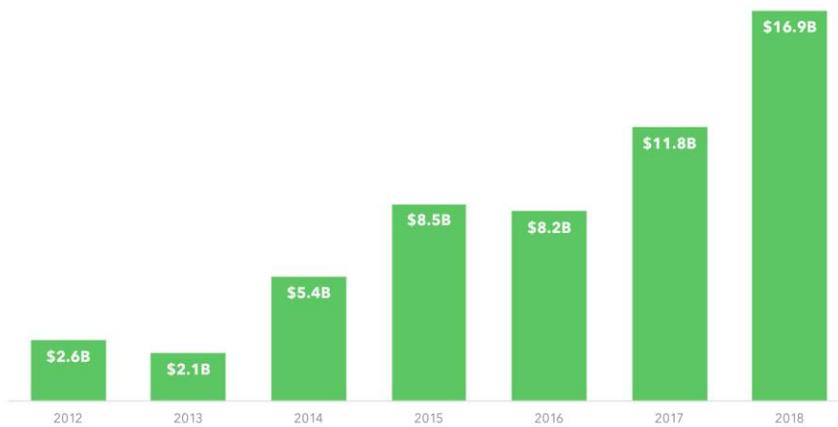
HÁ GRANDES OPORTUNIDADES NA SAÚDE

INVESTIMENTOS EM SAÚDE DIGITAL POR VENTURE CAPITAL NO MUNDO - DE 2010 A 2018, EM MILHÕES DE US\$

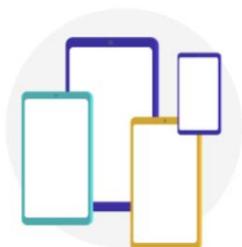


HÁ GRANDES OPORTUNIDADES NA AGRICULTURA

INVESTIMENTOS EM AGRICULTURA DIGITAL POR VENTURE CAPITAL NO MUNDO - DE 2010 A 2018, EM BILHÕES DE US\$



ALGUNS DADOS SOBRE OS BRASILEIROS ONLINE



O Brasil tem **235M**
de smartphones ativos.



FONTE: GOOGLE

18

ALGUNS DADOS SOBRE OS BRASILEIROS ONLINE



Em média, as pessoas **olham**
183x por dia para a tela
do *smartphone*.



FONTE: GOOGLE

19

ALGUNS DADOS SOBRE OS BRASILEIROS ONLINE



ALGUNS DADOS SOBRE OS BRASILEIROS ONLINE



**SÃO MAIS DE 9H POR DIA NA INTERNET.
MAIS DE 3H30MIN EM REDES SOCIAIS.**

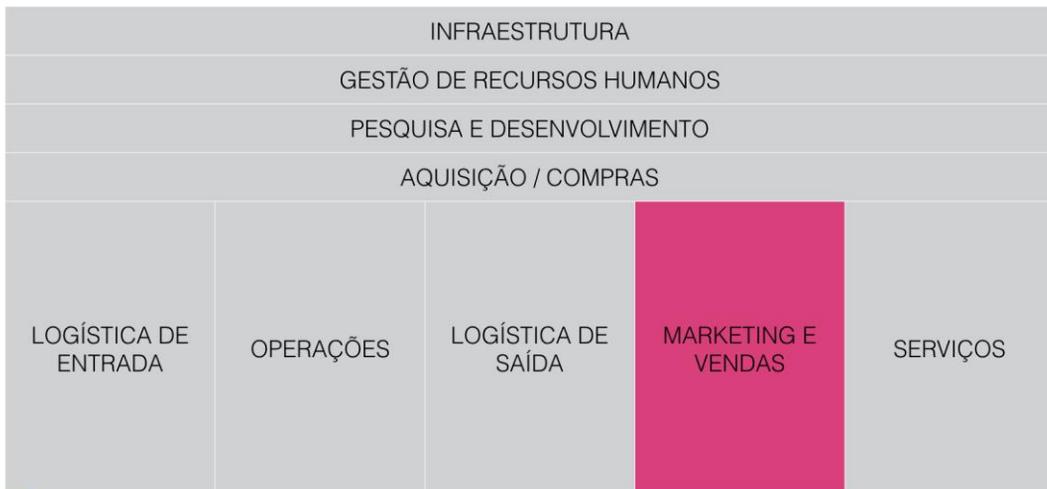


FONTE: HOOTSUITE E WE ARE SOCIAL

22

**QUAL O IMPACTO DESTA
TRANSFORMAÇÃO NAS EMPRESAS?**

CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA



CADEIA DE VALOR SEGUNDO MICHAEL PORTER

25

O COMÉRCIO SERÁ VIRTUAL?

26

SIM.



27



28

A ROTA GLOBAL DO ECOMMERCE



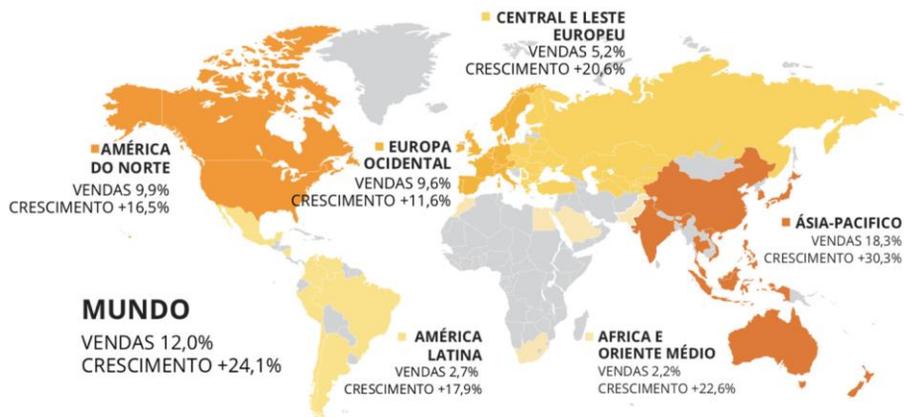
30

NÃO.



31

ECOMMERCE NO MUNDO



Fonte: eMarketer | Worldwide Retail e-commerce Sales by Region | 2018 - All categories



32

ECOMMERCE NA AMÉRICA LATINA

País	Imp. Vendas	Crescimento
BRASIL	4,3%	+12,0%
ARGENTINA	2,3%	+37,5%
MÉXICO	1,3%	+15,3%
DEMAIS PAÍSES LATAM	2,5%	+19,5%



33

A TAXA DE CONVERSÃO MÉDIA DO E-COMMERCE BRASILEIRO É DE 1,65%



FONTE: HITWISE EXPERIAN

34

NAS LOJAS FÍSICAS, A TAXA DE CONVERSÃO É ENTRE 25% A 30%



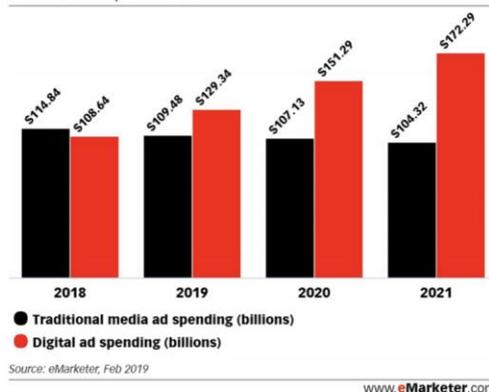
FONTE: VIRTUAL GATE.

35

GASTOS EM DIGITAL X TRADICIONAL - EUA

Digital vs. Traditional Ad Spending

United States, 2018-2021



FONTE: EMARKETER

36

AVALIAÇÕES ONLINE SÃO DECISIVAS

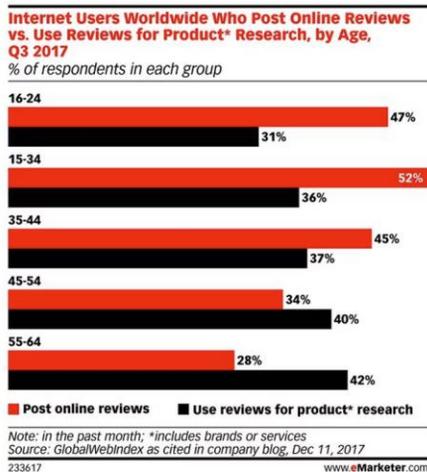
- Qualidade - 32,4%
- Preço - 26,6%
- Experiência anterior com a marca - 18,3%
- **Avaliações online favoráveis - 11,7%**
- Ofertas / descontos - 7,3%
- Crença de que se trata da marca mais respeitada na categoria - 3,4%
- Outros - 0,3%



FONTE: EMARKETER, YA

37

AVALIAÇÕES ONLINE SÃO PARA TODAS AS IDADES



39

ALGUNS DADOS SOBRE OS BRASILEIROS ONLINE



As **buscas por atendimento** crescem **3X mais** que as por intenção de compra.



FONTE: GOOGLE

40

COMO SERÁ O NOVO COMÉRCIO?

41

AMAZON - EUA

“Nós criamos a Amazon 4-star para ser um local no qual consumidores podem descobrir produtos que eles irão amar. A seleção da Amazon 4-star é um reflexo direto dos nossos clientes – o que eles estão comprando e o que eles estão amando”, disse a varejista no post em que anunciou a novidade.

Na loja, será possível encontrar produtos variados – tal como no e-commerce -, como dispositivos eletrônicos, produtos para a cozinha, brinquedos, livros e jogos. Juntos, todos os produtos da loja ganharam mais de 1,8 milhões de avaliações 5 estrelas dos consumidores.



FONTE: STARTSE

43

LOLLI & POPS - EUA



FONTE: LOLLI & POPS

44

IFOOD - TAKEOUT

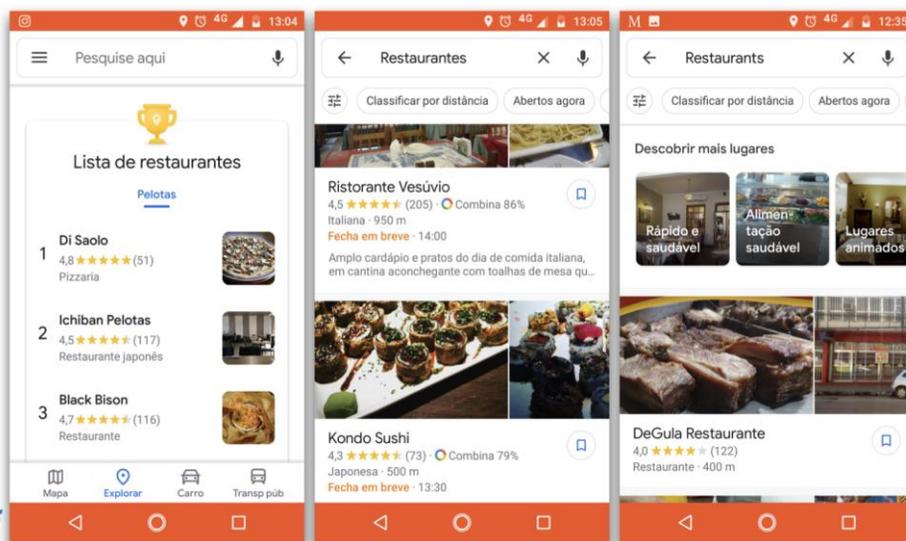


FONTE: TECMUNDO

45

OPORTUNIDADE 1 - COMO ESTÁ A PRESENÇA ONLINE DO SEU NEGÓCIO?

O QUE DESCOBRI EM PELOTAS



COMO ACESSAR - GOOGLE MEU NEGÓCIO

Google Meu Negócio

[Página inicial](#) [Como funciona](#) [Recursos e Perguntas frequentes](#)

Atraia novos clientes com o Google.

O Google Meu Negócio é gratuito e permite que as pessoas encontrem informações sobre sua empresa quando pesquisarem na Pesquisa Google ou no Google Maps. É simples criar e atualizar o que é exibido para as pessoas quando elas procuram sua empresa.

COMECE AGORA

Padaria da Ana
4.6 ★★★★★ (18) 55
Padaria

LIGAR COMARCAR COMPARTILHAR SITE



48

COMO ACESSAR - GOOGLE MEU NEGÓCIO

Nome do negócio

País/Região
Brasil

Endereço de correspondência

Bairro

Cidade
Insira o nome completo da cidade

Estado CEP

Telefone comercial principal

Categoria
Insira uma categoria

Website
Insira um URL

Entrego produtos e presto serviços para meus clientes no local deles - Informações importantes

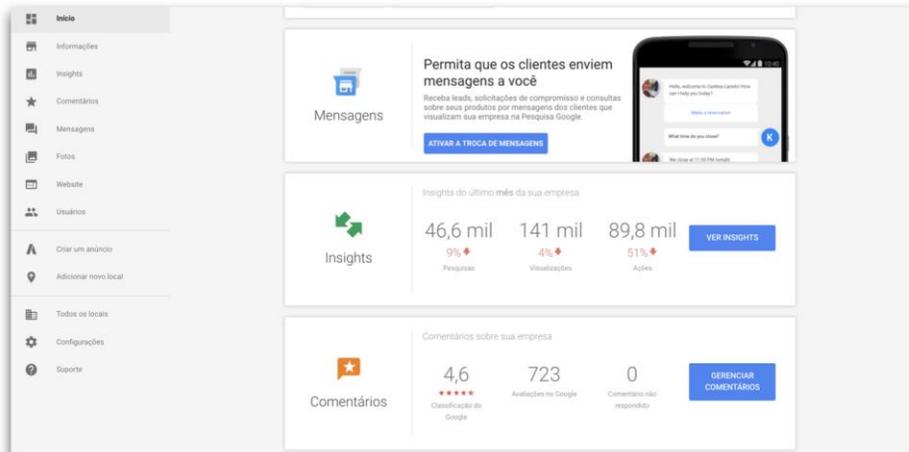
Sim Não

Continuar



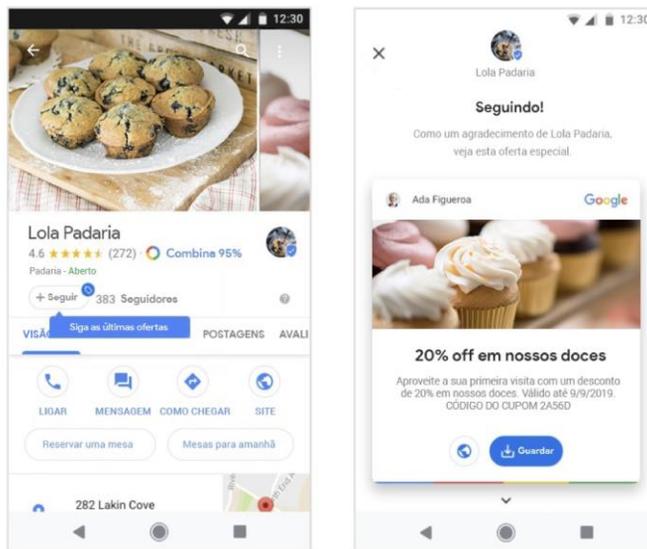
49

COMO RESPONDER - GOOGLE MEU NEGÓCIO



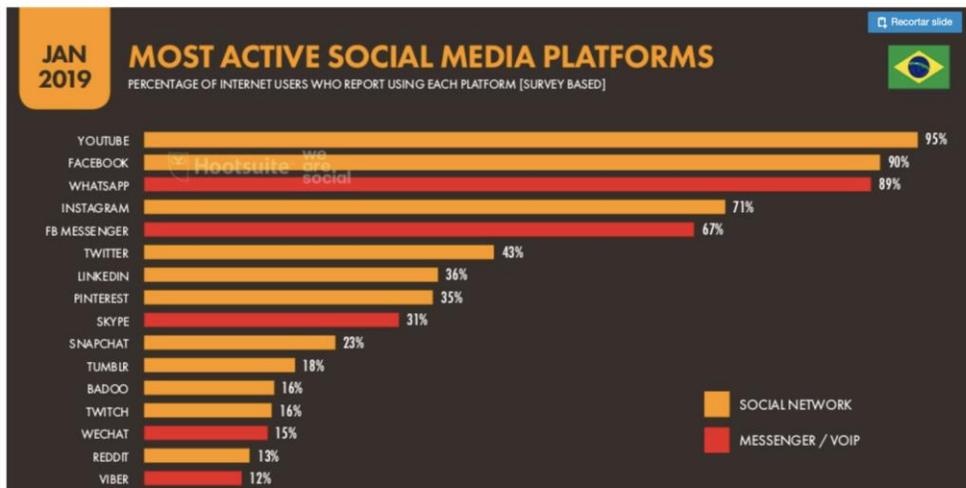
50

NOVIDADES - GOOGLE MEU NEGÓCIO



51

OUTRAS PLATAFORMAS



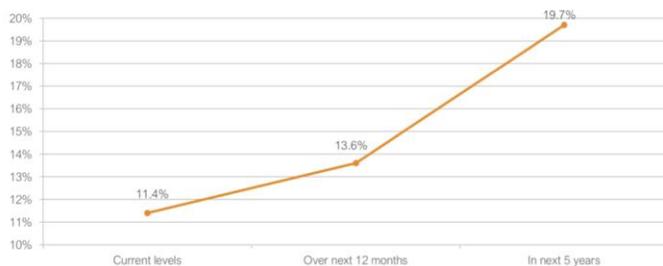
FONTE: WE ARE SOCIAL, HOOTSUITE

52

EXPECTATIVA DE GASTOS EM MÍDIAS SOCIAIS - % DA VERBA EM MKT

But social media spending expected to rise by 73% over five years

Social media spending as percent of marketing budget



Economic Sector

Expected Five-Year Growth

B2B Product: 16.6

B2B Services: 20.5

B2C Product: 20.9

B2C Services: 24.7



FONTE: THE CMO SURVEY

53

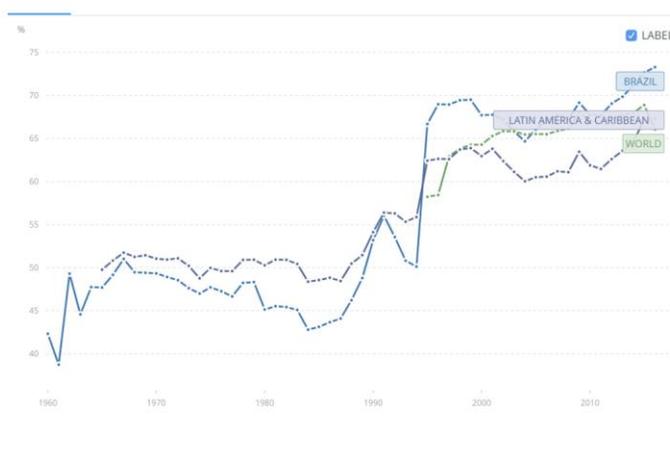
CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA



CADEIA DE VALOR SEGUNDO MICHAEL PORTER

55

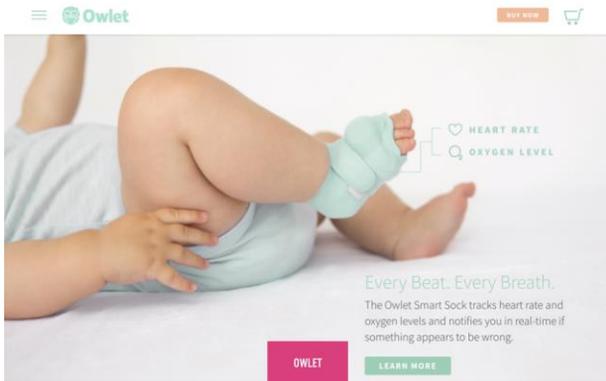
VALOR ADICIONADO DE SERVIÇOS (% PIB)



FONTE: BANCO MUNDIAL

56

ROUPAS QUE MONITORAM SAÚDE



57



48

HI PLATFORM

hj

A Plataforma - Quem Somos Preços Central de Ajuda Blog Login Comece agora

Diga oi para um relacionamento fácil com o cliente

Bons relacionamentos em uma plataforma completa.

Comece agora Assista ao vídeo

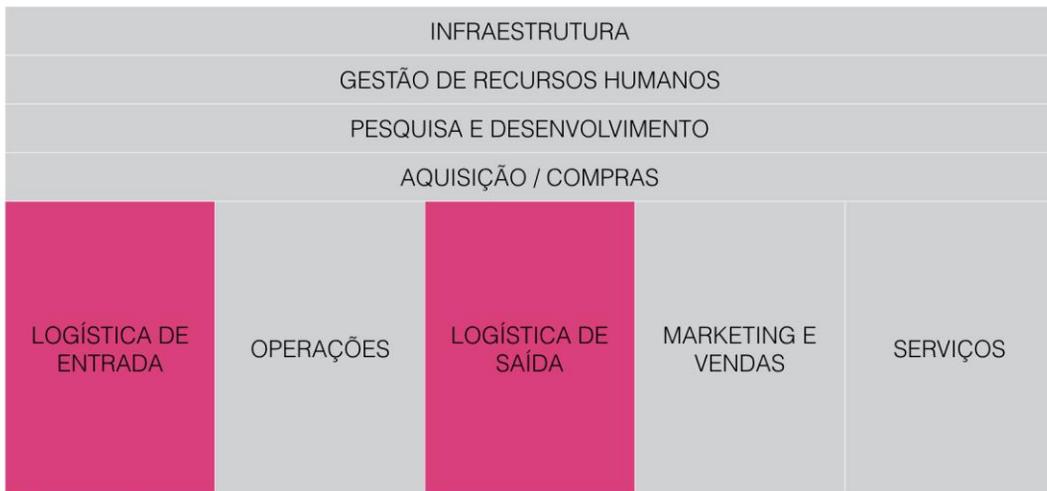
Nossa equipe está online para te atender agora!
FALE CONOSCO



59

OPORTUNIDADE 2 - COMO OFERECER SERVIÇOS AGREGADOS DE FORMA DIGITAL?

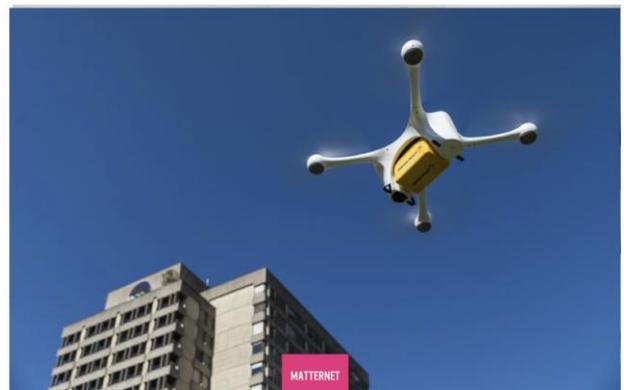
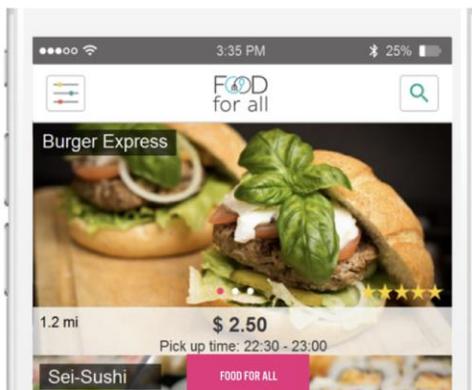
CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA



CADEIA DE VALOR SEGUNDO MICHAEL PORTER

61

VENDA DE ÚLTIMOS PRODUTOS, DRONE PARA AMOSTRAS



62



53

GEOFUSION

ENCONTRE NO ONMAPS INFORMAÇÕES SOBRE:



SOCIODEMOGRAFIA COMPLETA



POTENCIAL DE CONSUMO



POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA



SOLICITE UMA DEMO



64

LOGGI

Loggi Para você Para empresas Acompanhe seu pedido Entrar Criar conta

Entregas expressas em diversas cidades do país

A tecnologia de alta performance da Loggi garante escala e rentabilidade ao seu negócio.

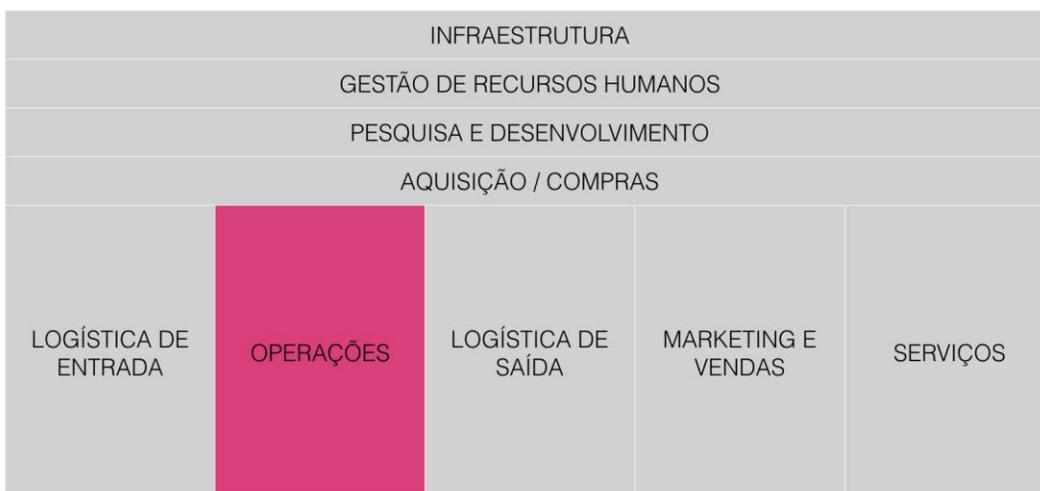
Experimente



65

OPORTUNIDADE 3 - COMO FACILITAR A LOGÍSTICA A PARTIR DA INTERNET?

CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA

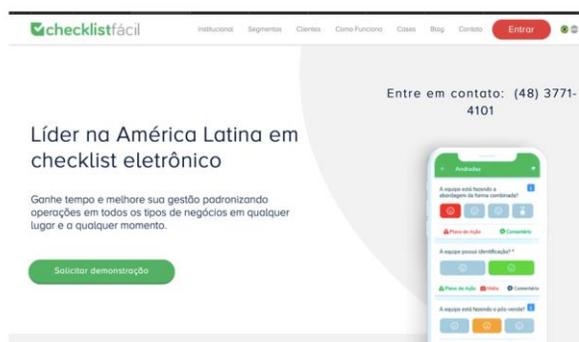


CADEIA DE VALOR SEGUNDO MICHAEL PORTER

67

CHECKLIST FÁCIL

- Checklist de vitrine
- Estoque
- Prevenção de perdas
- Auditoria de processos
- Periodicidade de limpeza
- Checklist de compras



68



DECISION6

DECISION6 HOME TECNOLOGIA DEPOIMENTOS PRODUTOS CLIENTES CONTATO IDIOMA (PT) LOGIN



COMPARATIVO ENTRE LOJAS

Quais lojas possuem melhor performance? Quais ações podemos replicar para outras lojas?



CONVERSÕES

Como está a performance da nossa força de vendas? Estamos fazendo um bom trabalho em atrair os consumidores para a loja?



PASSANTES

Nossas lojas estão nas melhores localizações? Como é o fluxo de pessoas próximo a loja?



RECORRÊNCIA

Nossos consumidores são fieis? Com que frequência eles retornam? Estamos conseguindo novos clientes?



TEMPO DE PERMANÊNCIA

O consumidor está ficando tempo suficiente na loja para que a equipe consiga efetuar uma venda?



VISITANTES

Como está o fluxo de consumidores no interior da loja? Em quais horários do dia estão o melhor e o pior fluxo de pessoas? Temos força de vendas suficiente no horário mais movimentado?



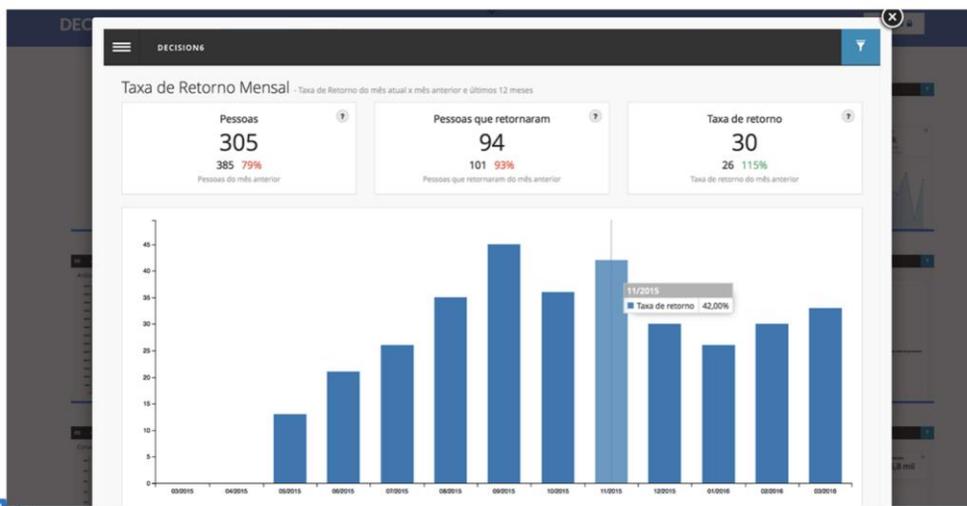
MAPAS

Que regiões tem a melhor performance?



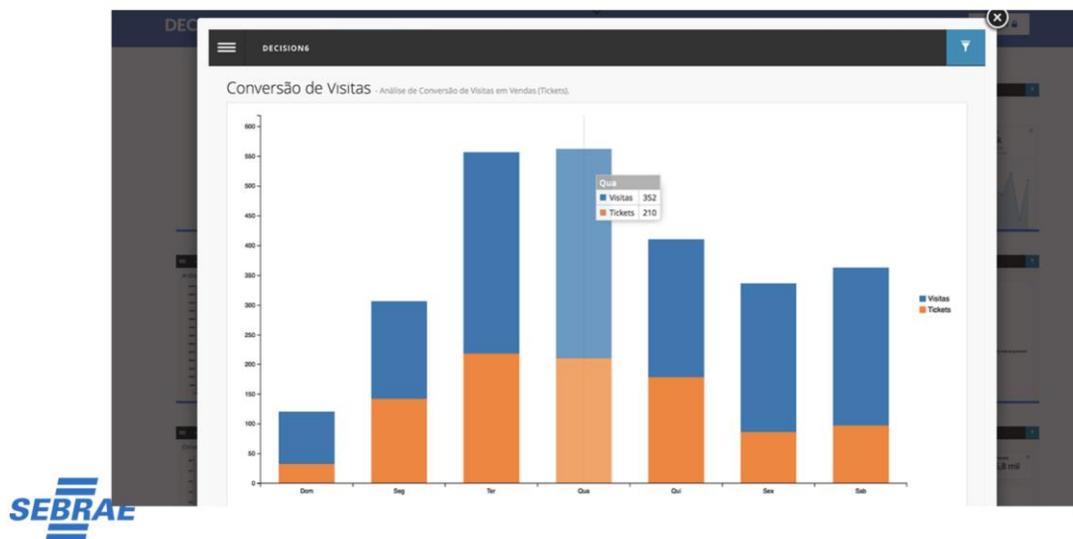
69

DECISION6



70

DECISION6



**OPORTUNIDADE 4 - COMO MELHORAR A
OPERAÇÃO COM RECURSOS DIGITAIS?**

CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA



CADEIA DE VALOR SEGUNDO MICHAEL PORTER

73

A TIRANIA DA TRANSPARÊNCIA

ReclameAQUI

antes de comprar pesquise a reputação da empresa

Q buscar

🔥 reclamar

Então, fui pessoalmente à agência. Lá, após retirar senha de atendimento, mesmo não tendo fila considerável, aguardei por 1h até ser chamado pelo funcionário Túlio, responsável pela assinatura do contrato.

Após ser chamado, Túlio informou-me que esteve em curso durante a semana anterior na cidade de Porto Alegre, e que não tinha visto a documentação para a abertura da conta. Ele então mexeu na pilha de documentos em sua frente, na mesa, e encontrou. Pediu-me então que retornasse em 3 ou 4 dias, que era o tempo que, "mais ou menos", ele levaria para lançar a documentação em sistema.



75



76

TREINA FÁCIL



Garanta mais engajamento nos treinamentos corporativos da sua empresa.

Como funciona?



74

OPORTUNIDADE 5 - COMO CAPACITAR PROFISSIONAIS PARA AS NOVAS DEMANDAS?

CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA





CIA. HERING

PITCH DAY

[Home](#)
[Sobre](#)
[Video](#)
[Cronograma](#)
[Temas](#)
[Diferenciais](#)
[Mapa](#)
[Faq](#)
[Inscrição](#)

Temas de interesse aplicados ao varejo

Buscamos startups que atendam os desafios focados na potencialização das vendas, aperfeiçoamento da produtividade do varejo e sua rede de lojas e melhora na experiência dos consumidores, seja em loja física ou online. Portanto qualquer startup relacionada com os processos acima ou que tenha uma solução inovadora que atenda ao varejo está elegível.



ai



analytics



robotização



iot



ar + vr



surpreenda-nos!



INCELL

contata@incellvarejo.com
 (51) 99963 8044

InCell.
 Facilitadora de negócios

O QUE FAZEMOS

Somos uma célula de inovação focada em varejo físico. Com larga experiência em atuação no varejo brasileiro, temos a missão de fazer com que redes de loja melhorem seus resultados por meio da contratação de Startups selecionadas.



82

USE FASHION

use fashion

[Início](#) [Produto](#) [Ebooks](#) [Blog](#) [Login](#) [Faça um teste](#)

Reduza seus custos e tempo de pesquisa de moda

Otimizamos processos ao fazer a melhor combinação de fontes, referências e pessoas, para você extrair o máximo de informações relevantes, em pouco tempo e em um só lugar.



83

OPORTUNIDADE 6 - COMO PERMITIR QUE O NOVO CHEGUE TODOS OS DIAS À EMPRESA?

CADEIA DE VALOR DE UMA EMPRESA GENÉRICA



CENTRAL DOS COMPRADORES



Início Benefícios Dúvidas **Login**

Comprar é tão importante quanto vender

Bons vendedores geram receita. Bons compradores geram economia. Juntos, eles geram lucro.



+42% de Produtividade

Através de nosso processo simplificado de compra, ajudamos a aumentar a produtividade de compradores da sua empresa em até 42%.



+20 Milhões Transacionados

Grandes empresas confiam na Central dos Compradores e nós já transacionamos mais de R\$20.000.000,00 em compras para nossos clientes.



+4.200 Produtos

Possuímos um extenso catálogo online com mais de 4.200 produtos já negociados para você escolher à vontade. Mantenha seu pedido e economize.



86

SMARKETS

A EMPRESA NEGÓCIOS CONTATO

NEGÓCIOS

NEGOCIAMOS MAIS DE 14 MIL ITENS EM 38 CATEGORIAS

MATERIAL DE ESCRITÓRIO
ARTIGO DE ESCRITÓRIO
EQUIPAMENTO DE ESCRITÓRIO
EQUIPAMENTO DE INFORMÁTICA

E.P.I.
MATERIAL DE COZINHA E REFEITÓRIO
EQUIP. DE COZINHA E REFEITÓRIO
MATERIAL ODONTOLÓGICO

EQUIPAMENTO ODONTOLÓGICO
MATERIAL DE HIGIENE E LIMPEZA
EQUIPAMENTO DE HIGIENE E LIMPEZA
MATERIAL MÉDICO

MEDICAMENTO
MATERIAL DE LAVANDERIA
ELETROELETRÔNICO
ELETRODOMÉSTICO

MATERIAL GRÁFICO
MATERIAL DE REPOSIÇÃO
MATERIAL ELÉTRICO
MATERIAL DE MANUTENÇÃO
MATERIAL DE LABORATÓRIO
MATERIAL DE MANUTENÇÃO PREDIAL

MATERIAL DE EMBALAGEM
PEÇA AUTOMOBILISTA
UNIFORME E ENXOVAL
MÓVEIS DE ESCRITÓRIO
MÓVEIS EM GERAL
EQUIPAMENTO EM GERAL

GÁS MEDICINAL E INDUSTRIAL
SERVIÇO DE LAVANDERIA
SERV. ENG. CIVIL E ENG. CLÍNICA
SERV. DE LOGÍSTICA E TRANSPORTE
SERVIÇO DE FACILITIES

SERV. OUTSOURCING DE IMPRESSÃO
SERVIÇO DE CONSULT. E CERTIFICAÇÃO
SERV. DE EVENTOS CORPORATIVOS
SERV. DE TERCEIRIZAÇÃO DE PESSOAL
SERV. PARA AÇÕES DE MARKETING



87

OPORTUNIDADE 7 - COMO UTILIZAR RECURSOS DIGITAIS PARA COMPRAR MELHOR?



THOMAS HARTMANN
[LINKEDIN.COM/IN/THOMASHARTMANNRS](https://www.linkedin.com/in/thomashartmannrs)
THOMAS@PROSPERITASCONSULTORIA.COM.BR
51 99262.5228

OBRIGADO!