



Transformação Digital e a Gestão de Pessoas no Varejo

Página 07

A Importância da
Diversidade no Varejo:
uma Estratégia
para o Sucesso

Página 06

Veja o que Aconteceu na
5ª Edição do Congresso
InfoVarejo CDL/BH

Páginas 08 e 09

Sustentabilidade
no Varejo, qual a
Importância?

Página 12

Superminas 2023:
uma Janela para o
Desenvolvimento do
Varejo em Minas Gerais

Página 15

Ficha Técnica

Escritório Avanço Informática: Rua Ceará, 1566 - 8º andar - Funcionários - Belo Horizonte/MG **Fotografia:** César Brito, Luiz Vasconcelos, domínio público e envato.com **Designer Gráfico:** César Brito **Redação e Revisão:** Maria Luiza Sena e Luiz Vasconcelos **Contatos:** contato@avancoinfo.com.br - 31 3025.1188 **avancoinfo.com.br**

AUTORES DESSA EDIÇÃO



ADILSON BADARÓ

Profissional com 15 anos de experiência em varejo e softwares de gestão. Diretor da Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.



CÉSAR BRITO

Designer Gráfico e pós-graduado em Branding, líder de endomarketing com experiência em projetos sobre diversidade empresarial e diretor de arte do portal InfoVarejo e da Avanço Informática.



EDNA ABREU

Contadora, com mais de 15 anos de experiência em Contabilidade Fiscal e Tributária, Gestão de Pessoas e Engenharia de Software e Qualidade.



GABRIEL JUNQUEIRA

Editor do InfoVarejo, portal focado no dia a dia do varejista. Fundador do Cupom Verde, primeira carteira digital de documentos fiscais. Atuou na Avanço e em outras empresas de retail tech. É economista pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School na França.



LUIZ VASCONCELOS

Profissional de Marketing com mais de 5 anos de experiência, especializado em Marketing de Conteúdo e formação em Design pela UEMG. Atualmente, Analista de Marketing no InfoVarejo, blog líder no varejo brasileiro.



MARIA MELO

Profissional com 20 anos de experiência na área comercial. Atualmente é Gerente de Contas na Avanço Informática, responsável pela área de parcerias e eventos.



TATIANA ÁVILA

Gerente de Recursos Humanos na Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.

GESTÃO



Como Atrair Clientes e Aumentar o Fluxo da sua Loja

Veja dicas de como atrair e fidelizar clientes no seu negócio!

GABRIEL JUNQUEIRA

Como atrair cliente é a dúvida que paira o varejo. Isso porque saber como conseguir aumentar o fluxo da loja é o sonho de todo varejista. No entanto, descobrir qual é o melhor meio para que se consiga levar o cliente até a sua loja é um grande desafio. Por isso, reunimos algumas dicas para que você saiba como atrair clientes para a sua loja e, assim, aumentar as suas vendas.

Veja abaixo algumas dicas de como atrair clientes para a sua loja.

Conhecer o seu cliente é o segredo para atraí-lo!

A primeira coisa ao se analisar na hora que você pensa "como posso atrair clientes" é saber qual é o público-alvo do seu negócio. Dessa forma, saber quem é o seu cliente, o que ele compra, como ele compra, qual a frequência que ele compra, permite com que você desenvolva estratégias mais objetivas para atrair os clientes.

Então, a princípio, você precisa ver meios para conseguir identificar o perfil dos seus consumidores, de modo que facilite as estratégias que serão desenvolvidas para atrair os clientes.

Crie campanhas atrativas para atrair os clientes

Depois que você identificou o perfil dos seus clientes, pensará em como atrair clientes para a sua loja. Seja sedutor nas suas propostas. Entenda que tudo o que você fizer, precisa atrair o seu cliente. Para ele, tem que ser vantajoso o que você propõe.

Então, desperte a atenção dele, faça com que ele se sinta motivado, foque nas emoções dele.

Tenha canais para que o cliente te encontre!

Hoje, com a expansão da tecnologia, estar presente nesses meios pode fazer com que você alcance mais pessoas. Diante disso, para atrair clientes para a sua loja, você deve pensar em proporcionar ao seu cliente vários canais de comunicação, seja e-mail, perfis em redes sociais, canal de mensagens instantâneas. Além disso, mantenha contato frequente com eles, por meio desses canais você pode enviar novidades, dicas, conteúdos, convites de eventos. O importante é manter o relacionamento com ele.

Tenha uma equipe capacitada

Não adianta atrair clientes para a sua loja e, quando eles chegam nela, você não tem uma equipe apta a atendê-los. Seus colaboradores são aqueles que têm contato direto com o seu cliente, por isso, é importante que você invista em treinamentos e capacitações.

Invista na infraestrutura da loja

Pense que um ambiente agradável consegue fazer com que os clientes se sintam mais confortáveis, que fiquem mais tempo no local. Um bom ambiente é essencial na hora de pensar como atrair clientes. Sabendo disso, pense ambiente da sua loja.

Cuide das cores, como os produtos são dispostos, no software que você utiliza. Lembre-se que tudo deve fazer com que o seu cliente fique satisfeito com o produto oferecido, e tudo isso faz parte do conjunto.

Leia essa e outras edições do AvançoNews, apontando com a câmera do seu celular o código abaixo.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Varejo no Brasil, Desafios e Tendências

Um novo ano com novas chances de crescimento do setor varejista. Veja como aproveitar oportunidades para o seu negócio!

BADARÓ

A situação econômica atual do varejo no Brasil apresenta um cenário desafiador, mas também com oportunidades de crescimento. Nos últimos anos, o país passou por uma série de oscilações econômicas que impactaram diretamente o setor varejista.

A recessão econômica, o aumento do desemprego e a instabilidade política afetaram o poder de compra dos consumidores, resultando em uma redução do consumo e, consequentemente, na queda das vendas do varejo.

No entanto, há indícios de recuperação gradual. Com a retomada da economia e a melhora do ambiente de negócios, o varejo vem apresentando sinais de crescimento. A queda da taxa de juros, a redução da inflação e as políticas de estímulo ao consumo contribuem para impulsionar as vendas do setor.

Em pesquisa realizada pela Reuters, somente em maio desse ano as vendas no varejo subiram 0,8% em comparação com fevereiro, superando os 0,2% como expectativa máxima. Ao olhar para os três primeiros meses de 2023 combinados, vemos um salto de 4,5% em relação a dezembro do ano passado, quando as vendas no varejo caíram pela última vez.

O varejo ainda enfrenta desafios estruturais no país. A carga tributária elevada, a burocracia e a infraestrutura precária são obstáculos que dificultam o crescimento do setor. Além disso, a concorrência acirrada e a necessidade de oferecer preços competitivos colocam pressão sobre as margens de lucro das empresas.

Por isso, é fundamental que os varejistas adotem estratégias diferenciadas para se destacarem no mercado. Investir em inovação, oferecer produtos e serviços personalizados, melhorar a experiência do cliente e buscar parcerias estratégicas são ações que podem impulsionar o crescimento e a competitividade das empresas.

Digitalização do varejo

A crescente penetração da internet e o aumento do uso de dispositivos móveis impulsionam o comércio eletrônico no Brasil, isso não é uma novidade. O crescimento do e-commerce representa tanto um desafio quanto uma oportunidade para os varejistas tradicionais.

Para se manterem competitivos, muitas empresas investem na criação de plataformas online, melhorando a experiência de compra dos consumidores e ampliando seu alcance geográfico. Além disso, a integração entre lojas físicas e virtuais, por meio do omnichannel, tem uma estratégia eficaz para atrair e fidelizar clientes.

Transformação dos modelos de negócio

Com o surgimento de novas tecnologias e a mudança nos comportamentos de consumo, os modelos de negócio do varejo passam por transformações significativas. A oferta de produtos e serviços personalizados e a adoção de práticas sustentáveis se tornaram diferenciais importantes para as empresas.

Além disso, a busca por novas formas de interação com os consumidores, como a gamificação e o uso de realidade aumentada, são exploradas se mostra para atrair e engajar o público-alvo.

Competição acirrada

O mercado varejista no Brasil é altamente competitivo, com a presença de grandes redes e também de pequenos empreendedores. A competição acirrada exige que as empresas busquem constantemente melhorias em seus processos e estratégias.

A busca por eficiência operacional, a redução de custos e a melhoria da experiência do cliente são fatores-chave para se destacar no mercado. Além disso, a adoção de estratégias de marketing e a valorização do atendimento ao cliente são essenciais para conquistar a preferência dos consumidores.

Tendências de consumo

As mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros por diversos fatores, como o aumento da preocupação com a saúde e o bem-estar, a busca por conveniência e a maior conscientização sobre questões sociais e ambientais.

Nesse sentido, o varejo busca se adaptar a essas tendências, oferecendo produtos orgânicos, veganos, livres de agrotóxicos, entre outros. A oferta de serviços personalizados, como a consultoria de estilo e a personal shopper, se destaca como uma forma de atender às demandas dos consumidores por experiências de compra diferenciadas.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Entenda sobre a Exclusão ICMS do Pis e Cofins

Veja a mudança do ICMS que aconteceu no início do ano e confira a situação do seu negócio!

EDNA ABREU

No dia 1º de maio de 2023 entrou em vigor a Medida Provisória 1159 de 2023 que trata sobre a exclusão do ICMS da base de cálculo dos créditos de PIS e COFINS nas operações com entradas de mercadorias.

Ela afeta principalmente os setores do varejo, acarretando um aumento da carga tributária e elevando o custo das empresas.

Com esta mudança, o contribuinte, ao adquirir mercadorias, deve subtrair o valor de ICMS incidente na Nota Fiscal de compra da base de cálculo dos créditos de Pis e Cofins. Porém, somente poderá ser retirado dos itens onde valor do ICMS foi destacado em nota fiscal, que sejam tributados pelo ICMS e com incidência de PIS e COFINS.

Pontos de atenção relacionados às mudanças:

Levantamos alguns itens que devem ser analisados pelas empresas relacionados a esta MP:

- Verificar com o setor fiscal e contabilidade se sua empresa está obrigada a aderir à Medida Provisória;
- Verificar se o seu Sistema ERP está preparado para atender a MP, com as configurações de exclusão do ICMS sobre aquisições de fornecedores de acordo com o que é orientado na MP;
- Verificar se o seu Sistema ERP está

preenchendo as informações na EFD Contribuições de acordo com as orientações fornecidas pela Receita Federal nos registros;

- Conforme MP "O ICMS a ser excluído da base de cálculo das contribuições do PIS e da COFINS é o destacado nas notas fiscais", portanto, deve-se verificar se essa dedução também se aplicará às mercadorias sujeitas à Substituição Tributária do ICMS.

- Verificar se haverá a exclusão do ICMS dos fornecedores do Simples Nacional, pois na MP não fica claro se o ICMS deve ser excluído. Como as empresas do Simples possuem uma regra específica para emissão de notas, o valor do ICMS não é destacado na nota fiscal do fornecedor no campo ICMS próprio.

Explicando o Cálculo Realizado

Para entender melhor o funcionamento desta MP publicada pelo Governo Federal, exemplificaremos a seguir. Lembrando que o cálculo é realizado por item, pois o que onera a Base de Cálculo do item é o ICMS dele mesmo.

Veja na **Tabela 1.1** uma operação de compra antes da MP e com aplicação da mudança:

Observações

- A exclusão do ICMS da Base de Cálculo foi feita apenas para o item 1, pois ele é o único tributado de ICMS e Pis/Cofins. Sendo assim, o valor total do ICMS apurado (item 1 + item 2)

foi de R\$ 1.200,00 (R\$ 480,00 + R\$ 720,00), mas foi utilizado apenas R\$ 720,00 (item 1) a ser deduzido da BC de Pis/Cofins e não o ICMS total.

- O valor da Base de Cálculo de Pis/Cofins passou a ser de R\$ 5.280,00 (R\$ 6.000,00 – R\$ 720,00 do ICMS), sendo deduzido da base anterior o valor do ICMS.

Observe que na opção aplicando a MP 1159 o valor do imposto a creditar de Pis passa a ser de R\$ 87,12 e de Cofins R\$ 401,28, onde o contribuinte deixa de deduzir do imposto a pagar, nesse exemplo, o valor de R\$ 11,88 (crédito de Pis) e R\$ 54,72 (crédito de Cofins), aumentando assim a carga tributária e onerando ainda mais as empresas, o que poderá impactar na composição de preços ao consumidor final.

Escrituração EFD Contribuições

A Receita Federal publicou no dia 28 de Abril uma orientação de como deve ser o preenchimento da EFD Contribuições referente a MP 1.159/2023.

Para mais informações acesse **NOTA AOS CONTRIBUINTES – EFD CONTRIBUIÇÕES** (<http://sped.rfb.gov.br/pagina/show/7201>)

Os contribuintes devem efetuar o ajuste da Base de Cálculo do crédito de PIS/COFINS, pela exclusão do ICMS que incidiu na operação, de forma individualizada em cada um dos registros a que se referem os documentos fiscais;

Não existe campo específico para

Tabela 1.1

Descrição	Cálculo Antes da Mudança da MP	Cálculo aplicando a MP 1159 (Exclusão do ICMS)
Valor NF Compra Mercadorias	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
Item 1- Tributado pelo ICMS e PIS/COFINS		
Valor do Item 1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Base de Cálculo de ICMS (CST 00)	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Valor do ICMS destacado NF (Alíq. 12%)	R\$ 720,00	R\$ 720,00
Base de Cálculo PIS/Cofins (CST 50)	R\$ 6.000,00	R\$ 5.280,00
Valor de Pis (Alíq. 1,65%)	R\$ 99,00	R\$ 87,12
Valor de Cofins (Alíq. 7,6%)	R\$ 456,00	R\$ 401,28
Item 2- Tributado pelo ICMS e Não Tributado PIS/COFINS		
Valor do Item 1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Base de Cálculo de ICMS (CST 00)	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
valor do ICMS destacado NF (Alíq. 12%)	R\$ 480,00	R\$ 480,00
Base de Cálculo PIS /Cofins (CST 73)	0,00	0,00
Valor de Pis	0,00	0,00
Valor de Cofins	0,00	0,00

Tabela 1.2

Registro	Exclusão ICMS	Descontos incondicionais	Exclusão ICMS
C170	Campo 15 - VL_ICMS	Campo 08 - VL_DESC	Campo 08 - VL_DESC
C191	Campo 05 - VL_DESC	Campo 05 - VL_DESC	Campo 05 - VL_DESC
C195	Campo 05 - VL_DESC	Campo 05 - VL_DESC	Campo 05 - VL_DESC
C396	Campo 04 - VL_DESC	Campo 04 - VL_DESC	Campo 04 - VL_DESC
C501 ¹	Campo 05 - VL_BC_PIS	Campo 05 - VL_PIS	Campo 05 - VL_PIS
C505 ¹	Campo 05 - VL_BC_COFINS	Campo 05 - VL_COFINS	Campo 05 - VL_COFINS
D101 ¹	Campo 05 - VL_BC_PIS	Campo 05 - BC_PIS	Campo 05 - BC_PIS
D105 ¹	Campo 05 - VL_BC_COFINS	Campo 05 - VL_VC_COFINS	Campo 05 - VL_VC_COFINS
D501 ¹	Campo 05 - VL_VC_PIS	Campo 05 - VL_VC_PIS	Campo 05 - VL_VC_PIS
D505 ¹	Campo 05 - VL_VC_PIS	Campo 05 - VL_VC_COFINS	Campo 05 - VL_VC_COFINS
F100 ²	Campo 08 - VL_BC_PIS Campo 12 - VL_BC_COFINS	Campo 08 - VL_BC_PIS Campo 12 - VL_BC_COFINS	Campo 08 - VL_BC_PIS Campo 12 - VL_BC_COFINS

Fonte: Receita Federal

quaisquer exclusões de Base de Cálculo. O ajuste deverá ser realizado diretamente no campo de "Base de Cálculo".

Veja a **Tabela 1.2** disponibilizada pela Receita federal de como deve ser realizado a escrituração nos registros da EFD Contribuições:

A MP 1159/2023 foi convertida em Lei no dia 30 de maio, assim, sua validade conta a partir de 1 de Maio de 2023. Por isso é importante contar com apoio de uma consultoria fiscal e um sistema de gestão ERP que tenha ferramentas que possibilitem reverter todas as mudanças caso a MP não entre em vigor.

Se tiver gostado deste artigo, compartilhe nas redes sociais e ajude outras pessoas a se informarem também!



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Na Compex você encontra as melhores condições para **compra e locação de coletores de dados**



Entre em contato e saiba mais:

- vendas@compex.com.br
- 11 3900 9333 Tel. Opção 1
- 11 99933-5913 WhatsApp



A Importância da Diversidade no Varejo: uma Estratégia para o Sucesso

A diversidade é um ponto importante em todo o mundo, no setor varejista não é diferente, veja como dar atenção a diversidade é uma estratégia de sucesso para sua loja!

CÉSAR BRITO

Promover a diversidade significa valorizar e incentivar a presença e participação de pessoas de diferentes origens, características e identidades, criando ambientes inclusivos e igualitários.

Observar a diversidade não é uma transformação que ocorre da noite para o dia, é um processo gradual. Quando os profissionais reconhecem que suas diferenças são vistas como ativos, o engajamento e a colaboração florescem. Devemos compreender que cada indivíduo é único devido a uma combinação singular de traços, como origem étnica, gênero, idade, experiências de vida, habilidades e cultura, entre outras características distintas.

Para promover a diversidade, é essencial abordar o entendimento dos principais temas relacionados. Muitas vezes, o medo do desconhecido gera resistência ao novo. Começando pelo desenvolvimento da alta liderança, a conscientização sobre a importância da diversidade deve permeiar a estratégia de negócios, processos internos e tomadas de decisão. O compromisso com a diversidade deve ser integrado em todos os aspectos da empresa, a fim de estabelecer uma cultura autêntica e enriquecedora.

No setor de varejo, um dos mais dinâmicos e competitivos do mundo, as empresas que buscam se destacar estão descobrindo que a diversidade desempenha um papel crucial nesse cenário. A diversidade no varejo vai além da simples representação de diferentes grupos étnicos e culturais, ela também envolve a inclusão de pessoas com diferentes perspectivas, habilidades, origens e experiências.

Aqui estão alguns pontos em que a diversidade desempenha um papel fundamental em sua equipe:

Atendimento ao cliente

Seus clientes são diversos, portanto, para atendê-los adequadamente, é essencial ter uma equipe que compreenda diversas necessidades, preferências e culturas dos consumidores.

Inovação e criatividade

Ambientes com pessoas de diferentes culturas, histórias e experiências estimulam a inovação e a criatividade. Cada indivíduo aborda a resolução de problemas e o desenvolvimento de novos serviços e produtos de maneira única.

Reputação e lealdade do cliente

Os consumidores tendem a apoiar e se identificar com marcas que demonstram compromisso com valores inclusivos, o que pode atrair mais consumidores e fortalecer a reputação de seu negócio.

A diversidade também implica na capacidade de divergir em opiniões, criando um ambiente onde as discordâncias são aceitas e o diálogo construtivo é incentivado. O engajamento saudável promove o crescimento e a inovação, ao invés de gerar conflitos destrutivos.

Mas como dar esse passo?

Começa de cima para baixo, envolvendo a Diretoria e o RH, e se estende até os colaboradores. Para começar, existem organizações especializadas em treinamento em diversidade para toda a equipe, ajudando a criar uma cultura de respeito, sensibilidade às diferenças e comunicação eficaz.

Outra etapa importante é o recrutamento e seleção, implementando práticas que busquem ativamente candidatos de diversas origens e experiências. Saber como tratar os candidatos durante o processo de seleção é essencial para criar um ambiente acolhedor e inclusivo.

Além disso, líderes e gestores devem servir como modelos de comportamento inclusivo, promovendo a diversidade em suas equipes e demonstrando compromisso com valores inclusivos. No dia a dia, é fundamental garantir que as oportunidades de promoção e avanço na carreira sejam equitativas para todos os funcionários, independentemente de sua origem. Não se esqueça de revisar as políticas internas, como códigos de conduta e políticas de assédio, para garantir que sejam inclusivas e equitativas.

Em um mercado competitivo, a diversidade não é apenas uma questão de justiça social; é uma estratégia inteligente para o sucesso. Abraçar a diversidade traz benefícios, como inovação, compreensão profunda do cliente e uma cultura de trabalho positiva. Isso também ajuda a construir relações sólidas com os clientes e a destacar-se em um mercado saturado.

Portanto, as empresas devem reconhecer que a diversidade é uma força impulsionadora do sucesso e agir proativamente para promovê-la em todos os níveis de suas operações.

Portanto, as empresas devem reconhecer que a diversidade é uma força impulsionadora do sucesso e agir proativamente para promovê-la em todos os níveis de suas operações.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

Transformação Digital e o Futuro da Gestão de Pessoas no Varejo

Com as novas tecnologias a gestão de pessoas mudou, veja como a transformação digital impacta o setor.

LUIZ VASCONCELOS

A tecnologia transformou radicalmente a vida cotidiana. Agora, muitas atividades que costumavam ser feitas pessoalmente acontecem online, pense em tudo que é possível fazer digitalmente hoje: conversar, trabalhar, comprar, vender, pagar, etc.

Isso resultou em um mundo mais conectado e acessível, especialmente para a Geração Z, que cresceu imersa no ambiente digital.



A digitalização do varejo

Essa mudança de comportamento atingiu também as empresas. O varejista depende cada vez mais da tecnologia para o funcionamento da loja. Se antes era possível vender sem nenhum computador no

estabelecimento, hoje já é necessário internet o tempo inteiro para comunicar com a Secretaria da Fazenda (Sefaz) e concluir as vendas, além de receber as vendas realizadas em cartão (TEF e POS).

O setor varejista continua a adotar novas tecnologias para aprimorar a eficiência e a experiência do cliente. Ferramentas como ERP em Nuvem, Gestão de Clientes (CRM) e estratégias omnicanais desempenham um papel vital na competitividade dos negócios.

Impacto na Gestão de Pessoas

A digitalização está mudando a natureza das funções dos funcionários no varejo. Hoje percebemos uma migração para funções que atuam em ferramentas digitais, desde do setor de compras, estoque, chão de loja e nos checkouts.

Recrutamento

Para lidar com essa mudança, as habilidades esperadas da equipe de loja mudaram. É crucial que as empresas estejam atentas a essas mudanças e busquem candidatos com habilidades digitais, como conhecimento em ferramentas específicas da loja, facilidade em operar computadores e facilidade de utilizar a tecnologia de maneira geral.

Treinamento e Desenvolvimento

A Geração Z possui familiaridade com o ambiente digital, o que a torna mais

adaptável à transformação digital no varejo, mas investir em treinamento e desenvolvimento é fundamental para garantir que todos os funcionários estejam preparados para a era digital no varejo. Isso contribui para a adaptação e eficiência no uso das novas tecnologias, além de promover um ambiente de trabalho mais capacitado e engajado.

Pessoas, a base de uma Cultura Digital

No cenário em constante evolução da transformação digital, é crucial lembrar que, apesar de todas as inovações tecnológicas, o elemento fundamental é o capital humano. São as pessoas que impulsionam e dão vida a uma Cultura Digital sólida. Investir no desenvolvimento das habilidades digitais dos colaboradores é o alicerce para o sucesso na era da digitalização. Quando as pessoas são capacitadas, a tecnologia se torna uma ferramenta poderosa para impulsionar a eficiência e o êxito nos negócios. Portanto, nunca subestime o papel central que as pessoas desempenham na revolução digital.

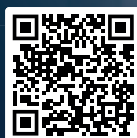


Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

APRIMORE O SEU VAREJO

com as soluções especializadas da Aquila

Melhore a gestão de categorias, adote uma precificação inovadora e desenvolva estratégias para impulsionar as vendas, aumentar a rentabilidade e alcançar **resultados extraordinários.**



Acesse aquila.com.br ou escaneie o código QR

AQUILA

Veja o que Aconteceu na 5ª Edição do Congresso InfoVarejo CDL/BH 2023

Confira os principais assuntos falados no Congresso InfoVarejo 2023!

REDAÇÃO AVANÇO INFORMÁTICA

No dia 23 de agosto, aconteceu, em Belo Horizontes, a 5ª edição do Congresso InfoVarejo CDL/BH 2023, o maior evento varejista de Minas Gerais.

O Marcelo de Souza e Silva, presidente da CDL/BH foi o responsável pela abertura do evento, que na sua 5ª edição reuniu grandes nomes do setor, organizando mais de 6 palestras e painéis sobre o mercado varejista, visando transformar e fortalecer o setor.

Logo após, o governador de Minas Gerais, Romeu Zema, falou um pouco sobre o crescimento do mercado varejista no último ano e as perspectivas para 2023.

Rebeldes tem asas

O primeiro palestrante do Congresso InfoVarejo CDL/BH 2023 foi o Rony Meisler, fundador e CEO da Reserva, que trouxe um pouco da sua experiência e aprendizados na palestra Rebeldes tem asas. No universo da moda brasileira, o nome Rony Meisler ecoa como um símbolo de inovação e sucesso. Como CEO e fundador da Reserva, uma marca que rapidamente se tornou um fenômeno, e atualmente liderando a Ar&Co, Meisler é reconhecido como um ícone do setor. Sua jornada é inspiradora e marcada por visão empreendedora.

Em 2020, um marco transformador surgiu na jornada de Rony Meisler: a fusão da Reserva com a Arezzo&Co deu origem à Ar&Co. Isso não apenas cimentou seu status como líder da moda, mas também impulsionou a empresa para novas alturas. As marcas sob o guarda-chuva da Ar&Co, incluindo Reserva, Reserva Mini, Eva, Oficina, Reserva Ink e Reserva Go, redefiniram os padrões da moda nacional.

A visão de Rony Meisler se estende para além da moda. Ele é um entusiasta do Capitalismo Consciente e desafia

constantemente as convenções, buscando a execução ágil de ideias sobre a mera idealização. Com sua notável carreira no mundo da moda e seu impacto em iniciativas mais amplas, como o movimento de Capitalismo Consciente no Brasil, Meisler personifica não apenas a excelência empresarial, mas também a responsabilidade social, como a destinação de uma parte da venda de cada peça para projetos sociais. No Congresso InfoVarejo 2023 Rony mostrou que um varejo consciente é possível e vale a pena!

Alto Custo de Rotatividade e os impactos na geração de lucro das empresas.

A segunda palestrante do evento foi a Mônica Hauck, que há 12 anos, junto do seu marido, Alessandro Garcia, deu início a uma jornada que transcendeu os limites da vida pessoal e se tornou uma história de sucesso no mundo dos negócios.

O embrião da Sólides foi um protótipo avaliado pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) com uma precisão notável de 97%. Desde então, a Sólides tem se destacado no cenário de Gestão de Pessoas no Brasil, oferecendo soluções inovadoras baseadas em tecnologia avançada, incluindo a plataforma de gestão de pessoas, o sistema Profiler e ferramentas de People Analytics e Gestão Comportamental.

A Sólides cresceu 40% ao ano entre 2010 e 2015, mas Mônica estava determinada a ir além. O compromisso com a excelência a levou a desenvolver produtos inovadores que receberam reconhecimento, como o sistema Profiler, que identifica perfis profissionais e comportamentais, sendo considerado inovador pelo Ministério da Ciência e Tecnologia.

Painel - Básico bem Feito

O primeiro painel da 5ª edição do Congresso InfoVarejo CDL/BH 2023 trouxe o Bruno Vasconcelos, da empresa Seu Cliente Oculto, a Ana Laura Souza, da

Amigão Calçados e a Cláudia Fuzark, do Meu Bhar para discutirem sobre o básico bem feito no mercado varejista. Avaliar e medir a satisfação do cliente é uma prática essencial para manter a qualidade dos serviços prestados por uma empresa. Atualmente, o Google desempenha um papel fundamental nesse processo, com dois impactos orgânicos significativos. Antigamente, o boca a boca era uma das principais formas de recomendação, mas hoje, as avaliações online desempenham esse papel de maneira amplificada.

Para garantir uma abordagem bem-sucedida, é crucial seguir três dicas básicas. Primeiramente, estabelecer processos corretos é fundamental para manter a consistência e qualidade dos serviços. Além disso, focar na margem de lucro e ter uma visão clara do fluxo de caixa é essencial para a saúde financeira da empresa. Erros como nome, endereço ou telefone incorretos no Google podem comprometer a experiência do cliente desde o início, enquanto funcionários descontentes podem prejudicar a imagem da empresa. Desarmar a agressividade do cliente e cultivar um ambiente transparente são estratégias essenciais para o sucesso.

Jornada do consumidor

Após almoço, a Bell Nacif, estrategista em vendas humanizadas, trouxe alguns aprendizados para o público sobre a jornada do consumidor. Segundo a Bell, vender vai muito além de uma simples transação comercial. É um ato de amor, um compromisso em servir aos clientes com excelência. E uma das chaves para o sucesso nessa jornada é a habilidade de ouvir.

Quando olhamos para nossa equipe, precisamos nos assegurar de que eles estão sintonizados com as necessidades do cliente, prontos para transformá-las em soluções eficazes. Ouvir não apenas com a intenção de responder, mas com a vontade genuína de entender, é o que faz a diferença.

Uma das lições mais valiosas é que a satisfação do cliente não está na devoção do dinheiro ao receber um produto errado ou com defeito, mas sim na capacidade de resolver problemas e superar expectativas. Isso requer conhecimento e capacidade por parte da equipe. Investir em tecnologia é essencial, mas garantir que a equipe saiba utilizá-la é igualmente importante. Vender não se trata apenas de discurso, mas de entender e interpretar números, garantindo que cada decisão seja embasada e direcionada para o sucesso.

Painel - Diversidade

Tati Santarelli, da TeamHub, Raquel Ferreira, diretora de assistência social do Servas, e Kdu dos Anjos, do projeto La da Favelinha compuseram o segundo painel do dia para discutir sobre diversidade no varejo. A diversidade é um tema crucial no ambiente de trabalho, mas não é algo que acontece da noite para o dia, apenas com base em números. Mais do que isso, a diversidade envolve saber ouvir e ser ouvido, um passo fundamental para criar um ambiente onde cada indivíduo se sinta respeitado e valorizado.

Valorizar a diversidade significa reconhecer e celebrar as diferenças de cada profissional. É quando cada membro da equipe sente que suas características únicas são apreciadas e respeitadas, independentemente de sua origem, gênero, orientação sexual ou qualquer outra questão. Quando os profissionais percebem que suas diferenças são vistas como um ativo, o engajamento e a colaboração florescem.

A diversidade também engloba a capacidade de divergir de opiniões. Não é necessário concordar em tudo, mas é importante criar um ambiente onde as discordâncias sejam aceitas e onde o diálogo construtivo seja incentivado. O engajamento saudável leva ao crescimento e à inovação, ao invés de gerar conflitos destrutivos.

Para promover a diversidade, é essencial abordar o letramento dos principais temas relacionados. Muitas vezes, o medo do desconhecido leva a uma resistência ao novo. Começando pelo desenvolvimento da alta liderança, a conscientização sobre a importância da diversidade deve se estender à estratégia do negócio, processos internos e tomadas de decisão. O compromisso com a diversidade deve estar enraizado em todos os aspectos da empresa para que se torne uma cultura genuína e enriquecedora.

Painel - Cases como vender mais

Rafaela Kayser, do Super Nosso, Kênia Ferreira, da Vila de Papel, Carol Nascimento, da Laço de Menina Store, e Luan Mariano, da rede Bonzão Supermercados, debateram, sob a mediação do Fred Rocha, sobre estratégias para aumentar as vendas.

No universo do comércio, o segredo não reside apenas no que você oferece, mas no porquê você oferece. Os clientes não compram simplesmente produtos ou serviços, eles adquirem a missão e o propósito que estão por trás da sua marca. Valorizar o tempo e facilitar a vida dos consumidores são princípios que acrescentam um imenso valor à experiência de compra.

Quando estamos no processo de venda, o propósito desempenha um papel crucial. Ele não apenas nos conecta com o cliente, mas também nos aproxima da essência verdadeira da marca. Embora haja diversos mecanismos de venda eficazes, como promoções, é a conexão genuína que estabelecemos com o cliente que cria um vínculo profundo e duradouro.

Em um mundo onde a automação está se tornando cada vez mais presente, é importante lembrar que o toque humano é insubstituível. Nenhuma máquina pode substituir um abraço sincero ou um sorriso acolhedor. Isso ressalta a importância das interações autênticas no processo de vendas.

A venda não se resume apenas ao momento da compra. Ela começa já no fornecedor. Manter uma qualidade constante é fundamental para conquistar a confiança do cliente. Ter um propósito como norte em todas as etapas do processo é fundamental.

Cenários e Tendências Econômicas

Para finalizar a 5ª edição do Congresso InfoVarejo CDL/BH 2023, Alexandre Schwartsman, apresentou as expectativas do cenário econômico atual, brasileiro e mundial.

A dinâmica econômica mundial é complexa e, atualmente, passa por um cenário inflacionário em queda, porém ainda em patamares elevados. Desde a crise financeira da bolha imobiliária nos Estados Unidos, as taxas de juros permaneceram em níveis incomuns. Esse fato tem implicações diretas no panorama econômico atual. Nos EUA, por exemplo,

o mercado de trabalho permanece apertado, o que contribui para uma inflação acelerada. Quanto mais restrito o mercado de trabalho, mais rápido a inflação se eleva, e para conter esse aumento, é essencial equilibrar a relação entre desemprego e número de vagas disponíveis.

Um conceito crucial é o de pouso suave da economia norte-americana, que visa ajustar a economia para evitar um aumento abrupto nas taxas de desemprego. Na China, um ator relevante na economia global e com impacto direto no Brasil, a inflação apresentou queda. Antes da pandemia, a economia chinesa crescia a taxas impressionantes de 10% a 12% ao ano. Porém, houve um aumento discreto na taxa de desemprego, especialmente entre os jovens, e uma mudança no polo dinâmico da economia, que passou da exportação para a construção.

No contexto brasileiro, a China desempenha um papel vital, absorvendo cerca de 30% das exportações totais do país e aproximadamente 50% das exportações do setor agrícola. O agronegócio tem sido um pilar fundamental para equilibrar a balança comercial do Brasil. Apesar de não indicar uma recessão iminente, a economia brasileira cresce de maneira mais moderada. A taxa de emprego e desemprego vem mostrando sinais de recuperação, porém, o ritmo ainda é lento.

Essas dinâmicas econômicas globais e seus reflexos no Brasil destacam a interconexão das economias e a importância de se manter uma compreensão abrangente dos fatores que moldam a trajetória econômica de diferentes países. O acompanhamento cuidadoso desses indicadores é essencial para se adaptar a um ambiente econômico em constante mudança.

Vem mais por aí...

O congresso InfoVarejo CDL/BH 2023 foi um sucesso e é só o ponto de partida para melhorarmos e otimizarmos mais e mais o varejo nacional.

Em breve teremos mais eventos para o segmento, visando sempre oferecer a melhor experiência para o varejista.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

ChatGPT e Bard, qual o Impacto das IAs no Varejo?

A Inteligência Artificial chegou e revolucionou todos os setores, inclusive o varejo. Veja como utilizar as ferramentas no seu negócio!

BADARÓ

Em poucos meses, a IA (Inteligência Artificial) deixou de ser um tópico futurístico falado em salões de feiras de tecnologia e tornou-se uma realidade. Isso pode ser atribuído principalmente ao modelo mais recente da OpenAI, o ChatGPT. No início do ano, em resposta ao investimento multibilionário da Microsoft na OpenAI, o Google lançou uma nova versão do chatbot de IA, o Bard, alimentado por seu software LaMDA.

O que é o ChatGPT?

O ChatGPT é um chatbot com inteligência artificial que usa aprendizado de máquina para responder a perguntas em um diálogo de conversação. O conteúdo popular gerado por IA para ChatGPT inclui o seguinte:

- Código escrito;
- Descrições do produto;
- Postagens no blog;
- Rascunhos de e-mail;
- Resumos de transcrições, reuniões e podcasts;
- Explicações simples de tópicos complexos;
- Resumos de direito;
- Traduções;
- Piadas ou memes;
- Postagens nas redes sociais.

O que é Bard?

O Google Bard também é um chatbot com inteligência artificial que simula conversas humanas com processamento de linguagem natural e aprendizado de máquina, obtendo respostas da Internet.

Esse modelo é melhor em raciocínio de senso comum, lógica e matemática em comparação com modelos anteriores, segundo a Google. O principal objetivo da Bard é recuperar informações em uma resposta simples versus uma página de resultados de buscadores, como assistentes digitais, como Alexa e Siri, mas com links para os usuários coletarem mais informações.

Principais diferenças entre ChatGPT e Bard

Os serviços do ChatGPT e do Bard são semelhantes, usuários digitando perguntas para receber uma resposta "humana". A principal diferença entre ChatGPT e Bard é a fonte de dados. A Bard extrai continuamente informações da Internet, para ter as informações mais recentes. As fontes do ChatGPT terminam com dados de 2021, por isso são limitadas a pesquisas quando você precisa de informações mais recentes. A Bard tem mais dados para coletar informações em tempo real.

Como o ChatGPT e a Bard impactam o varejo?

Ambos os modelos e seus rivais a se-

rem lançados em breve oferecerão grandes aplicações para varejistas e marcas em vários setores diferentes. O ChatGPT, por exemplo, oferece uma solução abrangente de chatbot para marcas que buscam fornecer uma interação mais natural com os clientes. Ele foi projetado para criar conversas naturais com os clientes, pode responder às solicitações dos clientes e envolver os clientes em um diálogo potencialmente de longo prazo.

Por outro lado, a Bard permite a compreensão da intenção por meio de interações em tempo real de conversas faladas. Ela foi projetada para permitir que as conversas de usuário para usuário e de marca para usuário sejam facilmente compreendidas por meio de tecnologias de processamento de linguagem natural. A Bard também oferece uma compreensão aprimorada da intenção do cliente, permitindo que as marcas direcionem melhor os serviços e forneçam experiências personalizadas.

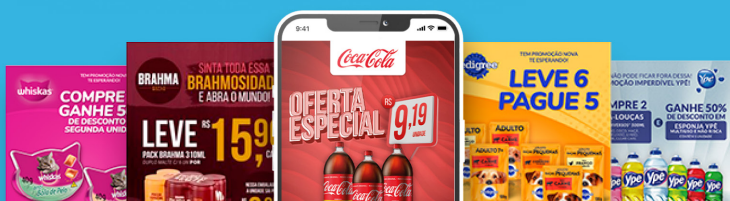


Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Tudo isso com **CUSTO ZERO**

Com o **Clube de Promoções da Scanntech** você faz promoções das **grandes indústrias!**



Ganhe inteligência em dados para ser mais competitivo!



PESQUISA DE PREÇOS FÁCIL

Compara seus preços aos concorrentes regionais.



MELHORE SEU MIX

Saiba quais itens incluir no seu sortimento, pois vendem bem em sua região.



Quer saber mais? Converse conosco!

✉ cadastro@scanntech.com

☎ (11) 3027-1700

Processo de Seleção: 3 Erros que devem ser Evitados

O processo de seleção nas empresas é passível de vários erros que podem gerar inúmeros danos a longo prazo, veja alguns e como evitá-los.

TATIANA ÁVILA

Construir um processo de seleção não é tarefa simples. Essa atividade é uma das mais importantes da gestão de pessoas e pode definir o sucesso da operação de uma empresa, afinal as rotinas serão executadas pelos profissionais escolhidos.

Ao longo do processo de seleção, alguns conceitos devem ser claros para que se consiga sucesso ao final do recrutamento. Atrair os melhores profissionais para a sua empresa é um desafio, portanto cada procedimento deve ser realizado corretamente e alguns erros devem ser evitados.

Vamos apresentar os 3 erros que podem acontecer durante o processo de seleção de pessoas!

Quais são os 3 erros que devem ser evitados durante o processo de seleção de pessoas?

1. Não definir o perfil do cargo

Para quem não sabe o que quer, qualquer coisa que encontrar é lucro. Assim, o primeiro erro que deve ser evitado é não definir o perfil do cargo que o profissional irá ocupar. Um processo seletivo bem feito deve ter como base esse perfil, encontrando candidatos que atendam os requisitos para cada vaga.

A dica é criar um formulário de abertura de vaga, que contenha as atividades que serão desempenhadas, conhecimentos técnicos necessários e competências comportamentais que fazem sentido para sua loja. Alguns exemplos são pontualidade, autodesenvolvimento e capacidade de

trabalhar em equipe.

Especifique somente aquilo que é necessário para o desempenho da função. Não exagere, colocando 10 competências. Você não vai encontrar o Super Homem por aí.

2. Urgência na contratação

Apesar de, normalmente, o processo de seleção acontecer em um momento em que é necessário suprir uma necessidade de um profissional em sua empresa, começar com um prazo estreito atrapalha o resultado e prejudica a escolha da melhor pessoa para uma vaga.

De acordo com um estudo feito recentemente pelo Ministério do Trabalho, o prazo médio para fechamento de uma vaga no Brasil é de 35 dias, dessa forma, para acertar na contratação de um profissional, não adianta ter pressa.

Para um processo seletivo eficaz é necessário estipular algumas etapas como entrevista coletiva, entrevista individual e, dependendo do cargo, alguns testes e avaliação psicológica. Não dá para passar por todos esses procedimentos quando o prazo para o fechamento da vaga é apertado.

3. Manter o foco apenas no salário

Hoje em dia, as pessoas estão em busca de qualidade de vida e isso envolve também o lugar que elas trabalham. É preciso valorizar as vantagens que a empresa oferece aos profissionais que ali atuam. O salário emocional, como é conhecido os benefícios que extrapolam o limite financeiro ganha cada vez mais relevância.

Por isso, a remuneração não deve ser tratada como prioridade na hora de apresentar os benefícios da sua empresa, ela deve fazer parte de um grupo de vantagens. Especialmente para a Geração Y, também conhecida como millennials, falar de remuneração antes de tratar da função, da vaga e da empresa não é o melhor caminho.

Se o profissional estiver interessado apenas no dinheiro, o que o impede de sair desse emprego na primeira oferta que receber?

Evitar erros é garantir um processo seletivo eficiente

Sabemos que um processo seletivo é uma atividade que demanda investimento do empresário, pois são necessários esforços do setor de recursos humanos. A rotatividade é um dos fatores que prejudicam o varejo e aumentam o valor da operação, já que cada vez que entra um profissional novo é preciso treinamento e tempo para adequação ao cotidiano.

Evitar erros durante o processo de seleção é a melhor forma para acertar na contratação, o que gera redução de custos e profissionais qualificados para exercerem as atividades da operação da sua empresa.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

Sustentabilidade no Varejo, qual a Importância?

A sustentabilidade é responsabilidade de todos, o setor varejista precisa ficar atento e rever o que pode melhorar nos processos, veja algumas dicas!

GABRIEL JUNQUEIRA

Não é segredo que a sustentabilidade já é uma das principais prioridades do varejo e das marcas.

O peso que adquiriu nas decisões de compra dos consumidores é esmagador e, mais importante, crescerá exponencialmente no futuro. À medida que os consumidores exigem um maior compromisso por parte das marcas, os varejistas precisam repensar toda a cadeia de valor e adotar iniciativas para cumprir objetivos de sustentabilidade.

Pilares verdes no mundo do varejo

Muito mais exigentes, as decisões de compra, especialmente entre os millennials e a geração Z, já não dependem apenas da quantidade e qualidade do produto ou serviço, mas também de aspectos relacionados com a sustentabilidade e a ética.

Esta é a era do varejo verde: uma forma de transformar os pontos de venda tradicionais (ou criar novos), tendo em conta o pilar fundamental de ser amigo e respeitoso com o planeta.

Como estão reagindo os modelos de negócios de varejo?

Uma das principais apostas é a digitalização consciente. Muitas marcas e varejistas estão mudando a forma como divulgam as suas promoções para alternativas digitais, com maior rastreabilidade e menor impacto ambiental.

Outra medida básica é a segunda vida dos produtos e a reciclagem. A começar

pela indústria têxtil, que é uma das indústrias mais poluentes, bem como um setor tecnológico em que o recondicionamento de produtos contribui para a redução do desperdício tecnológico.

Como isso pode ser alcançado?

Oferecendo ao cliente uma oferta mais comprometida com o ambiente, reduzindo o consumo de energia na loja, melhorando os processos de fabricação e distribuição, utilizando materiais reutilizáveis, diminuindo o consumo de papel.

De acordo com os dados mais recentes da Sensomatic Solutions, os consumidores não mudaram nem um pouco no compromisso com a sustentabilidade, apesar da pressão do aumento do custo de vida. Isto significa que a procura de varejo verde cresce apesar do aumento da inflação nos últimos anos e da queda do poder de compra.

A análise também indica que somos mais "elásticos em termos de preços". 3 em cada 4 consumidores afirmam estar dispostos a pagar pelo menos 5% mais por produtos sustentáveis. Além disso, 40% afirmam que o abastecimento local que reduza as emissões da cadeia de abastecimento criaria lealdade, e 27% afirmam que opções de entrega sustentáveis os encorajariam a comprar mais regularmente de uma marca. Por último, 60% gostaria que os varejistas reduzissem mais os resíduos, incluindo os resíduos de embalagens.

Como ser um varejista mais sustentável?

Existem inúmeras ações que os varejistas podem tomar aqui e agora para co-

meçarem a tornar-se mais sustentáveis. Começando pela utilização de embalagens alternativas, participação em programas de reciclagem, troca do cupom fiscal físico pelo Cupom Verde etc.

Mas há muito mais que pode ser feito pelos varejistas na luta contra as alterações climáticas, o desperdício excessivo, as condições de trabalho negligentes, etc., para alcançar um comércio varejista ambientalmente sustentável:

- Equipamentos, luzes e eletrodomésticos energeticamente eficientes;
- Papel, cada vez menos - A digitalização do negócio passa também, embora pareça óbvio, por minimizar a utilização de papel, optando por recibos, faturas digitais, como o Cupom Verde, por exemplo;
- Melhorar a gestão de resíduos;
- Embalagens ecológicas;
- Faça do mundo um lugar melhor para os seus clientes - não se trata mais apenas do que você faz como varejista, mas do que você permite que seus clientes façam para reduzir seu impacto. Os consumidores querem saber se estão reduzindo a sua pegada de carbono nas suas decisões de compra.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Cupom fiscal digital: traga sua loja para o futuro!

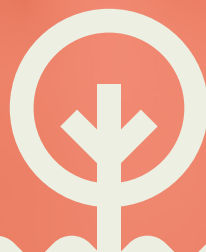


Todos os meses, sua loja despeja quilos de papel térmico diretamente no lixo. É **dinheiro sendo desperdiçado** para poluir o meio ambiente. Mas você pode fazer diferente!

Com o app Cupom Verde, que é integrado ao ERP da Avanço Informática, sua loja disponibiliza cupons fiscais digitais, **reduz custos, aproxima clientes e investe em iniciativas ESG.**



O momento exige uma reação do varejo!



Sua loja pode **economizar mais de 50%** com bobinas! Além de engajar consumidores com:

- Encartes virtuais
- Promoções
- Ações de preservação ambiental
- Mapa de localização e mais!



Acesse cupomverde.com.br **agora mesmo** e agende uma conversa!

@cupomverde

Impulsionados por quem investe no meio ambiente



Cotação de Preços, as Duas Pontas

Veja os benefícios da Cotação de Preços para o seu negócio!

MARIA MELO

Quando pensamos em Cotação de Preços, associamos rapidamente ao melhor preço de compra e consequentemente redução de custos e maior rentabilidade, não é mesmo?

Realmente estes são os principais benefícios quando realizamos uma Cotação, entretanto este processo confere outros benefícios, não menos importantes que os citados acima.

Você já parou para pensar no tempo em que o seu comprador dedica no preenchimento de uma cotação? Seja por planilha ou papel, acredite, ainda tem cotação por telefone e preenchimento manual.

Outro ponto é a avaliação do ganhador de uma cotação em um processo manual, por exemplo, quando o comprador realiza a cotação em 10 fornecedores, com 300 itens em cada e precisa agora avaliar o melhor custo x benefício, garantindo preço, prazo e entrega.

Realmente, gerir uma cotação manual exige muito tempo e dedicação para analisar os orçamentos. Muitas vezes, o comprador digita tudo em uma única planilha para encontrar o ganhador.

Neste contexto, a adoção de um sistema de cotação de preços online integrado ao ERP confere ao processo de cotação, agilidade e segurança. Neste formato o cliente envia para "n" fornecedores uma demanda de orçamento e o mesmo preenche a cotação diretamente no sistema de Cotação de Preço do cliente.

Alguns recursos dos sistemas de cotação:

- Automatização do envio do convite para participar da cotação para diversos fornecedores;
- Determinação no sistema de uma data inicial e final para preenchimento da cotação;
- Fechamento da cotação apresentando o melhor fornecedor/ganhador.

Utilizando um sistema de cotação o comprador pode direcionar seus esforços para buscar novos fornecedores, conhecer outros produtos e negociar melhores condições comerciais, por exemplo.

Neste entendimento estamos falando da visão do comprador, mas como fica o vendedor em um processo de cotação?

Em uma pesquisa realizada recentemente por nosso time, com mais de 100 atacadistas/distribuidores, identificamos que o vendedor dispensa muito tempo no preenchimento das cotações, e que ainda recebe demanda de cotação por fax, e-mail, planilha e cliente no balcão com pedaços de folha de pão com os itens a serem cotados.

Os vendedores, quando o comprador não utiliza um sistema de cotação, às vezes demoram horas no preenchimento de um orçamento, que muitas vezes não converterá em venda.

Muitos compradores enviam planilhas com todos os itens a serem cotados e contendo muitas vezes itens que não são fornecidos por aquele fornecedor ou com códigos internos e/ou EAN antigos, o que dificulta e demanda ainda mais tempo por parte do vendedor.

Foi unânime, nesta pesquisa, a importância da adoção de um sistema de cotação integrado, visando agilizar o processo de ponta a ponta, bem como garantir o melhor preço, prazo e entrega.

Imagina o tempo que o vendedor terá para vender mais automatizando este processo?



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



WWW.NVENTARIUM.COM.BR

**GERAÇÃO DE DADOS CONFIÁVEIS
PARA MAIOR PRECISÃO
NA GESTÃO DOS SEUS ESTOQUES.**

98771-1000

@NVENTARIUMBRASIL



Superminas 2023: uma Janela para o Desenvolvimento do Varejo em Minas Gerais

Veja um pouco sobre a Superminas e não perca a oportunidade de participar da maior feira varejista de Minas Gerais!

REDAÇÃO AVANÇO INFORMATICA

Nos dias 17, 18 e 19 de outubro, o Expominas, em Minas Gerais, será palco do segundo maior evento supermercadista do Brasil e o maior evento empresarial do estado: a Superminas.

Este encontro anual é um ícone no calendário de negócios, atraindo mais de 50 mil participantes e reunindo mais de 500 expositores em uma área de exposição que, em 2023, se expandirá para mais de 34 mil metros quadrados. A Superminas não é apenas uma feira, é uma vitrine para a indústria e o varejo, proporcionando oportunidades únicas de desenvolvimento profissional e de negócios.

O sucesso contínuo da Superminas é um reflexo da sua capacidade de atender às diversas necessidades do setor varejista, com um foco especial nos segmentos de supermercados e padarias. Desde microempresas até multinacionais, todos encontram aqui oportunidades e condições exclusivas para expandir suas operações e fortalecer suas marcas. A amplitude dos expositores e a variedade de produtos e serviços oferecidos tornam a Superminas uma plataforma versátil para a realização de negócios e para a descoberta de novas tendências.

O Tema Amis 2023, escolhido para esta edição, destaca a importância de reconectar com o consumidor. Em

um mundo cada vez mais digital, a integração e o fortalecimento de todos os canais de relacionamento se tornaram imperativos para o sucesso no varejo.

A utilização de ferramentas de gestão, CRM (Customer Relationship Management), e a adoção de novas tecnologias são essenciais para personalizar a experiência do cliente e criar novas formas de conexão, tanto no ambiente online quanto offline. Além disso, o atendimento ao cliente desempenha um papel fundamental nessa equação, uma vez que um bom atendimento é a pedra angular de qualquer estratégia bem-sucedida de relacionamento com o cliente.

A Superminas não é apenas uma feira de negócios, mas também um fórum de aprendizado e inovação. Durante o evento, palestras, workshops e painéis de discussão oferecem uma oportunidade única para os participantes adquirirem conhecimento e insights valiosos de especialistas e líderes do setor. Essas sessões abordam uma ampla gama de tópicos, desde as tendências mais recentes em tecnologia até estratégias de gestão e sustentabilidade.

Além de sua importância econômica, a Superminas também enfatiza a responsabilidade social e a sustentabilidade. A feira promove ações e iniciativas que visam ao desenvolvimento sustentável, à redução do desperdício e à promoção de práticas éticas no

mundo dos negócios, demonstrando o compromisso do setor com a construção de um futuro mais responsável.

Em resumo, a Superminas é muito mais do que uma feira de varejo; é um evento que impulsiona o crescimento e a inovação em Minas Gerais e no Brasil. É uma oportunidade única para profissionais e empresários se atualizarem, fazerem contatos estratégicos e descobrirem as últimas tendências do mercado.

Portanto, nos dias 17, 18 e 19 de outubro, não perca a chance de participar deste evento transformador no Expominas e fazer parte do futuro do varejo em Minas Gerais. A Superminas 2023 está pronta para abrir as portas para um mundo de oportunidades e conhecimento.

Comprometidos com esse propósito, a Avanço Informática estará com um estande na Superminas, buscando ajudar os varejistas com as melhores soluções de gestão do mercado. O InfoVarejo também buscará cobrir o evento e trazer os principais assuntos tratados na feira. Não deixe de nos acompanhar!



Faça sua inscrição na SuperMinas 2023, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



—12—
**TROFÉUS
GENTE
NOSSA**

12 ANOS
de reconhecimento e
confiança! **Obrigado!**

Por mais de uma década a
Avanço é vencedora
do Troféu Gente Nossa AMIS
na categoria Tecnologia e Gestão.

Agradecemos a todos
pelo reconhecimento.
Muito obrigado!