

2025

A MAIOR

Feira Mundial

DE Varejo

NRF® '25 **RETAIL'S BIG SHOW**
EUROPE



Sumário

SOBRE O EVENTO

04

TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS

06

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

12

INTELIGÊNCIA DE DADOS NO VAREJO

41

PALESTRAS EM DESTAQUE

50

O QUE PODEMOS APRENDER?

61

1 Sobre o Evento



Amplamente considerado um **evento fundamental** para o **setor varejista**, o NRF reúne líderes empresariais, inovadores em tecnologia e marcas com **visão de futuro** para explorar **novas soluções** e definir o futuro do varejo.

Com centenas de **expositores** e **palestrantes**, desde pioneiros da tecnologia a executivos de marcas líderes, a NRF combina **insights abrangentes** com **experiências práticas**.

Temas

TI PARA LOGÍSTICA COMERCIAL

E-LOGÍSTICA E CADEIA DE SUPRIMENTOS

SOLUÇÕES DE PAGAMENTO

TECNOLOGIA DE VAREJO DIGITAL

MARKETING

BIG DATA

RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

A Feira



15.000

PARTICIPANTES



480

EXPOSITORES



40

STARTUPS

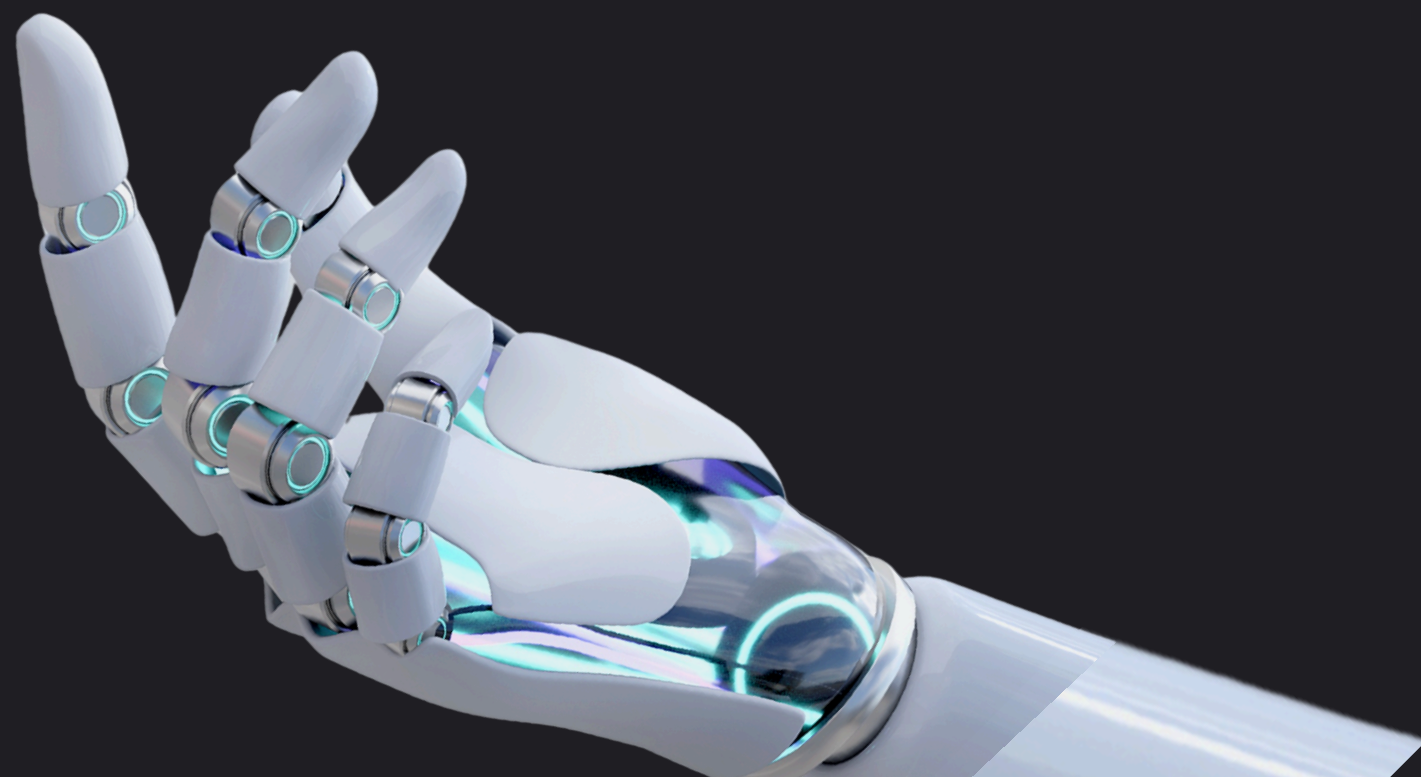


200

PALESTRANTES

2 Tendências

Tecnológicas



Digitalização

7



Passaporte Digital PRODUTO

A União Europeia está regulamentando a rastreabilidade de produtos, permitindo que consumidores acessem informações detalhadas sobre a origem e sustentabilidade dos itens.

AI



Inteligência Artificial PERSONALIZAÇÃO

Ferramentas de IA estão sendo utilizadas para oferecer recomendações personalizadas, otimizar estoques e melhorar a experiência do cliente.

Integração

9



Unificação de Canais SOFTWARES

Plataformas integradas permitem uma experiência omnichannel fluida, conectando lojas físicas, e-commerce e redes sociais.

Otimização

10



Dados Aplicados GESTÃO DE ESTOQUE

Análises preditivas auxiliam na otimização de estoques, redução de desperdícios e alinhamento com as preferências dos consumidores.



3 Soluções Tecnológicas

SOFTWARES E PLATAFORMAS



New Black

13

[Visite o site](#)

PONTO 1

PONTO DE VENDA

SISTEMA DE PONTO DE VENDA MÓVEL
QUE INTEGRA LOJAS FÍSICAS E
PLATAFORMAS DIGITAIS

PONTO 2

ESTOQUES

PERMITE QUE VENDEDORES ACOMPANHEM
ESTOQUES EM TEMPO REAL

PONTO 3

OMNICHANNEL

FINALIZEM VENDAS NO LOCAL E OFEREÇAM
UMA EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL AOS
CLIENTES.



CentricSoftware

14

[Visite o site](#)

PONTO 1

OTIMIZAÇÃO

OTIMIZA O CICLO DE VIDA DE PRODUTOS), PLANEJAMENTO E PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE, GESTÃO DE INVENTÁRIO, E INTELIGÊNCIA DE MERCADO PARA MARCAS DE MODA E BENS DE CONSUMO

PONTO 2

ACELERAR

ACELERAÇÃO DO LANÇAMENTO DE PRODUTOS

PONTO 3

EFICIÊNCIA

O FOCO É AUMENTAR EFICIÊNCIA OPERACIONAL, REDUZIR DESPERDÍCIOS E MAXIMIZAR MARGENS.



If Returns

15

Visite o site



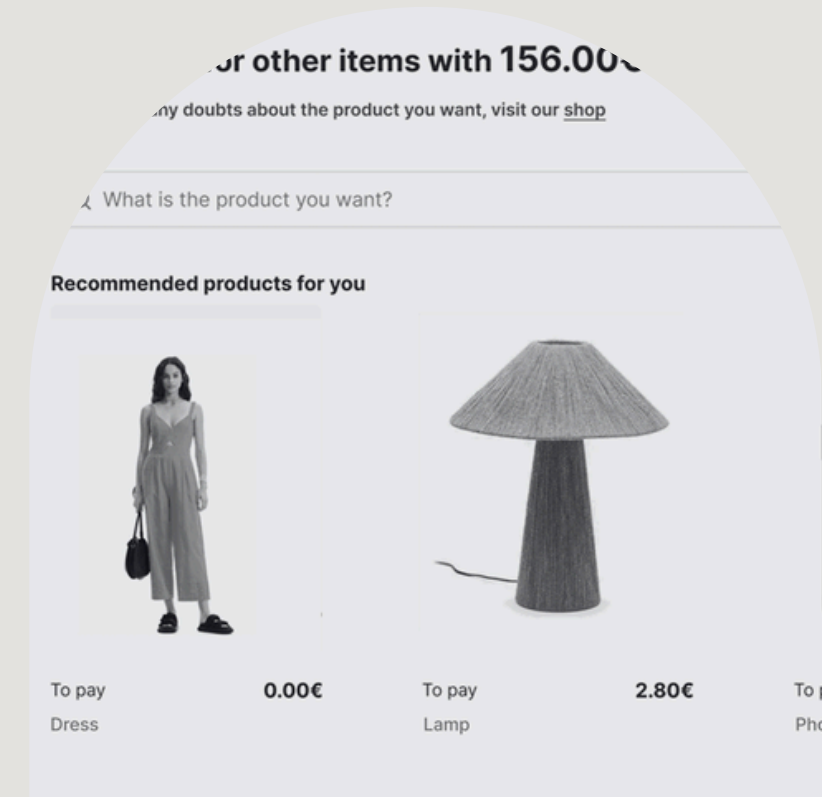
DEVOLUÇÃO

SOFTWARE ESPECIALIZADO EM
DEVOLUÇÕES INTELIGENTES PARA
E-COMMERCE DE MODA

Order	Created	Shipping code	Customer	Address	Postal	M
R1-MC-8517 Marchelacolombine Shopify V2	2025-02-26	L39KWZ0711985440128014V	Paul Obando Test 3	Calle Fortunata y Jacinta 12, Madrid, Spain	28020	EX
R1-MC-8511 Marchelacolombine Shopify V2	2025-02-26	L39KWZ0711985040128014J	Marcello Valerio	Calle del Marqués de Monteaugado 24, Madrid, Spain	28028	EX
R1-MC-8510 Marchelacolombine Shopify V2	2025-02-26	L39KWZ0711985010128014X	Marcello Valerio	Calle del Marqués de Monteaugado 24, Madrid, Spain	28028	EX
R3-MC-8388 Marchelacolombine Shopify V2	2025-02-26	BA - IF RETURNS - BAEZA	Vlad Dracula	Carrer de Casp 148, Barcelona, Spain	08013	
R1-MC-8509 Marchelacolombine Shopify V2	2025-02-26	L39KWZ0711984970128014R	Marcello Valerio	Calle del Marqués de Monteaugado 24, Madrid, Spain	28028	EX

REEMBOLSO

AUTOMATIZA PROCESSOS DE
RETORNO, REDUZ ERROS E ACELERA
O REEMBOLSO



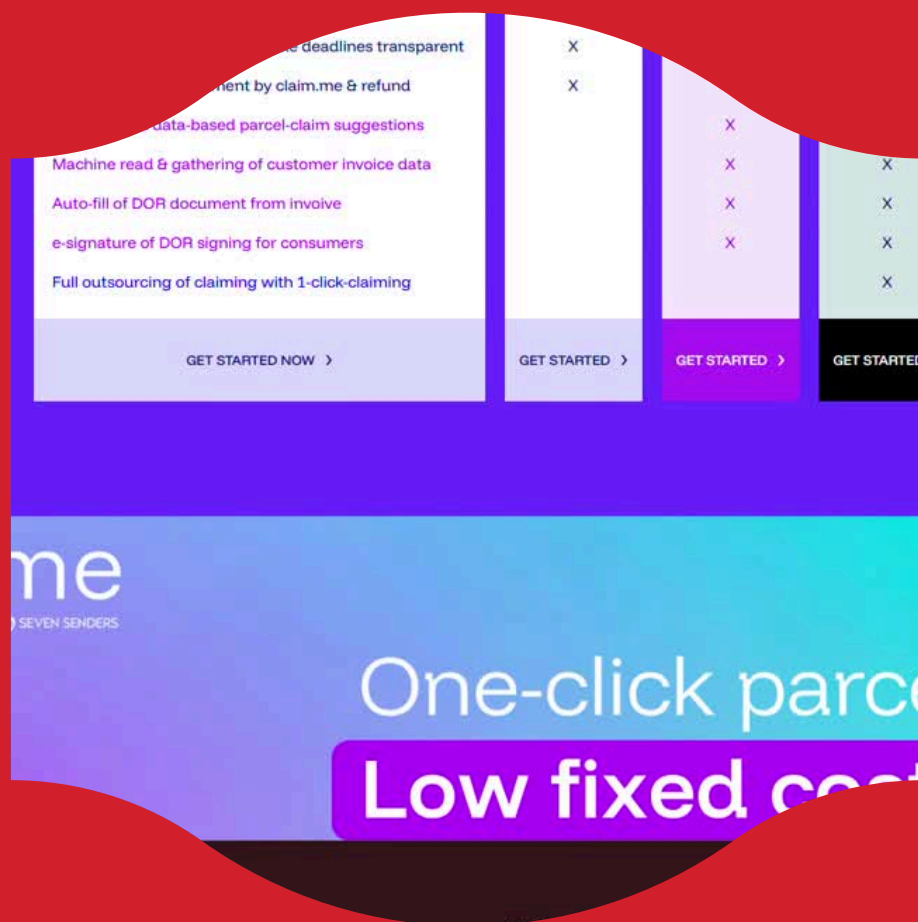
SATISFAÇÃO

AUMENTA A SATISFAÇÃO DO
CONSUMIDOR E OTIMIZA
LOGÍSTICA REVERSA.

Claim.me

16

Visite o site



ENTREGA

PLATAFORMA PARA A GESTÃO DE PROBLEMAS DE ENTREGA, COMO EXTRAVIOS OU PRODUTOS DANIFICADO



COMUNICAÇÃO

PERMITE COMUNICAÇÃO RÁPIDA ENTRE CLIENTE, VAREJISTA E TRANSPORTADORA



CONFIANÇA

MELHORA A EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR E A CONFIANÇA NA MARCA.

PONTO 1

ETIQUETAS ELETRÔNICAS

SOLUÇÕES DE LOJA DIGITALIZADA COM ETIQUETAS ELETRÔNICAS E DISPLAYS INTELIGENTES

PONTO 2

INVENTÁRIO

AUTOMATIZA ATUALIZAÇÕES DE PREÇOS, PROMOÇÕES E INVENTÁRIO EM TEMPO REAL

PONTO 3

OPERAÇÃO

CONECTA DADOS DA LOJA FÍSICA COM SISTEMAS DIGITAIS PARA OTIMIZAR A OPERAÇÃO





CONFIABILIDADE

CONTROLE DE QUALIDADE E
CONFIABILIDADE



PROCESSOS

ÊNFASE EM PROCESSOS ROBUSTOS
DE INSPEÇÃO DE PRODUTOS COMO
SERVIÇO INDEPENDENTE DE
TERCEIROS



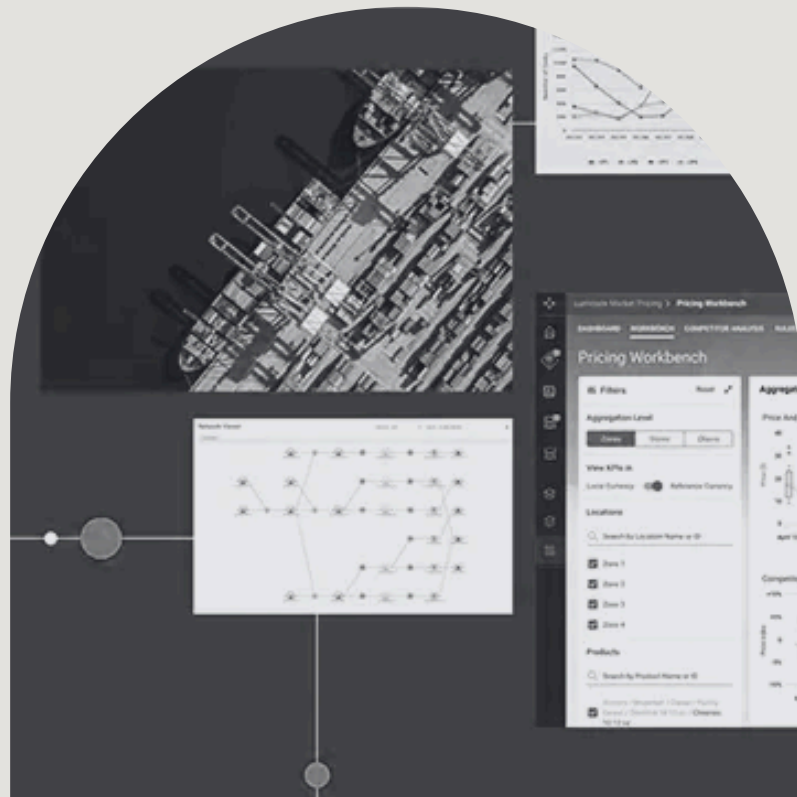
SATISFAÇÃO

INSPEÇÕES PRESENCIAIS,
AUDITORIAS, TESTES E
CERTIFICAÇÕES PARA GARANTIR
CONFORMIDADE

BlueYonder

19

[Visite o site](#)



TRANSFORMAR

TRANSFORMA AS CADEIAS DE SUPRIMENTOS TRADICIONAIS EM CADEIAS AUTÔNOMAS E INTELIGENTES



PLANEJAMENTO

BUSCANDO O PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO INTEGRADOS, VISIBILIDADE PONTA A PONTA.



IA

USO INTENSIVO DE IA PARA ANTECIPAR INTERRUPÇÕES E OTIMIZAR OPERAÇÕES.

American Express

20

[Visite o site](#)



EXPANDIR

EXPANSÃO E ACEITAÇÃO GLOBAL E
DIGITAL DOS CARTÕES AMEX



CONECTAR

CONECTA EMISSORES,
ESTABELECIMENTOS E USUÁRIOS,
COM PAGAMENTOS SEGUROS,
CONVENIENTES E INTEGRADOS



FACILITAR

FACILITA O USO DA MARCA
AMEX EM DIFERENTES
MERCADOS

Torino Outlet Village

[Visite o site](#)

PONTO 1

EXPERIÊNCIA

O FOCO ESTÁ NA EXPERIÊNCIA DO
CLIENTE

PONTO 2

CRIAR

CRIA UM AMBIENTE DE COMPRA
CONFORTÁVEL, ELEGANTE E ATRAENTE

PONTO 3

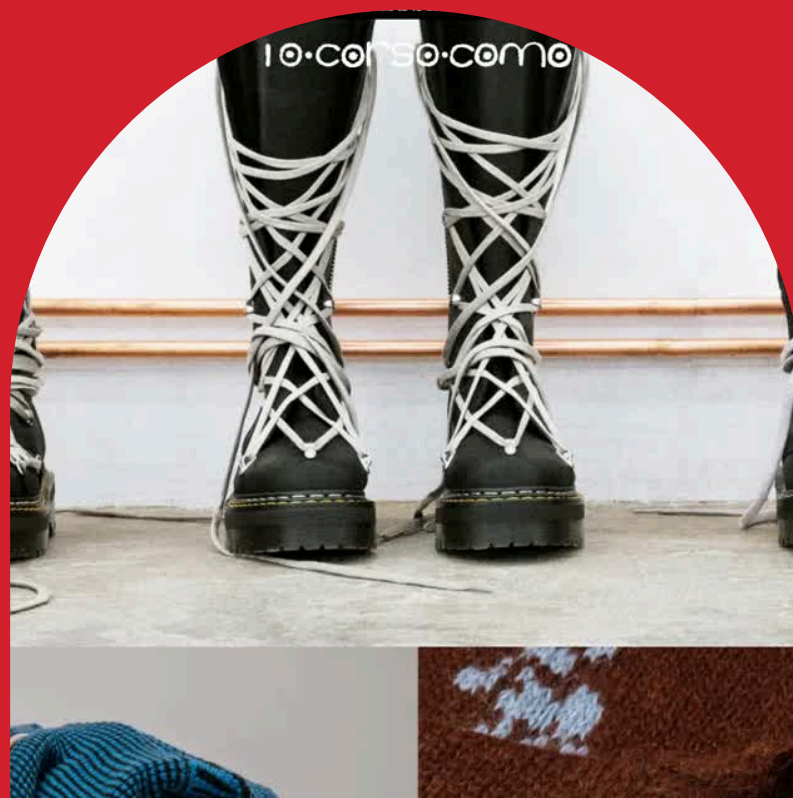
RETORNO

CONVIDA O VISITANTE A PERMANECER MAIS
TEMPO E RETORNAR.



10.corso.como

[Visite o site](#)



HÍBRIDO

TRANSFORMA O ESPAÇO DE
VAREJO EM UM ECOSSISTEMA
CULTURAL HÍBRIDO



EXPERIÊNCIA

MESCLA LOJA, GALERIA DE ARTE,
EVENTOS, DESIGN, CULTURA E
EXPERIÊNCIA SENSORIAL



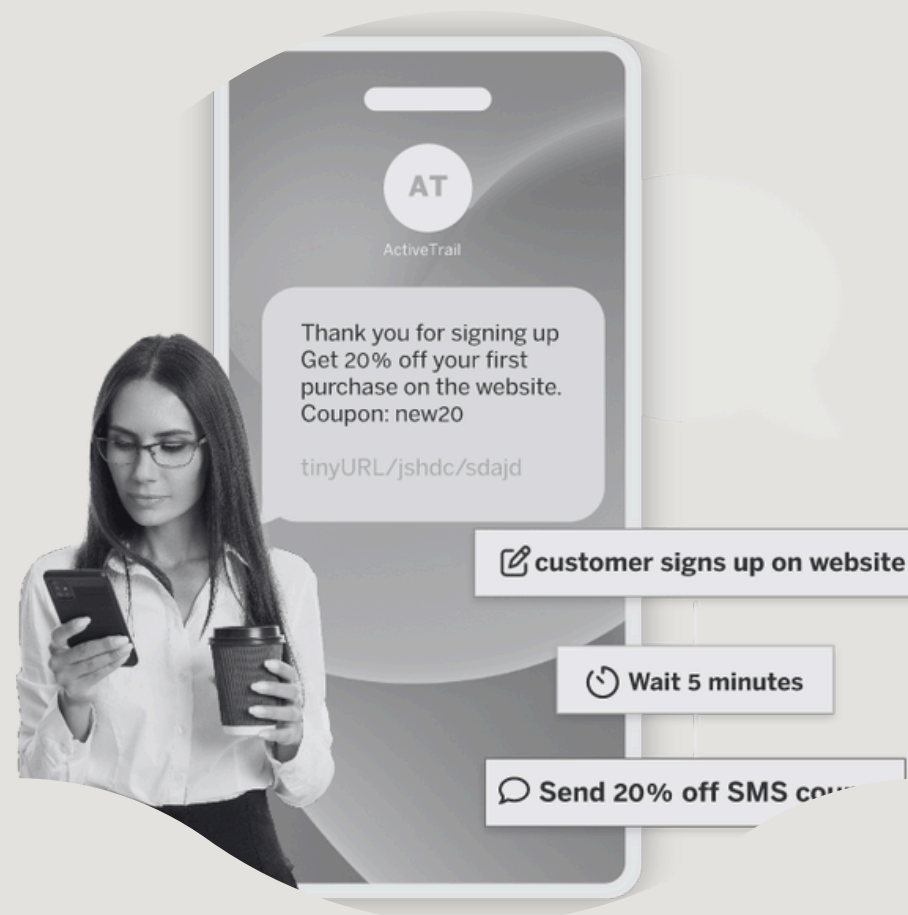
DINÂMICA

TORNA O AMBIENTE MAIS
DINÂMICO E INSPIRADOR.

Active Trail

[Visite o site](#)

23



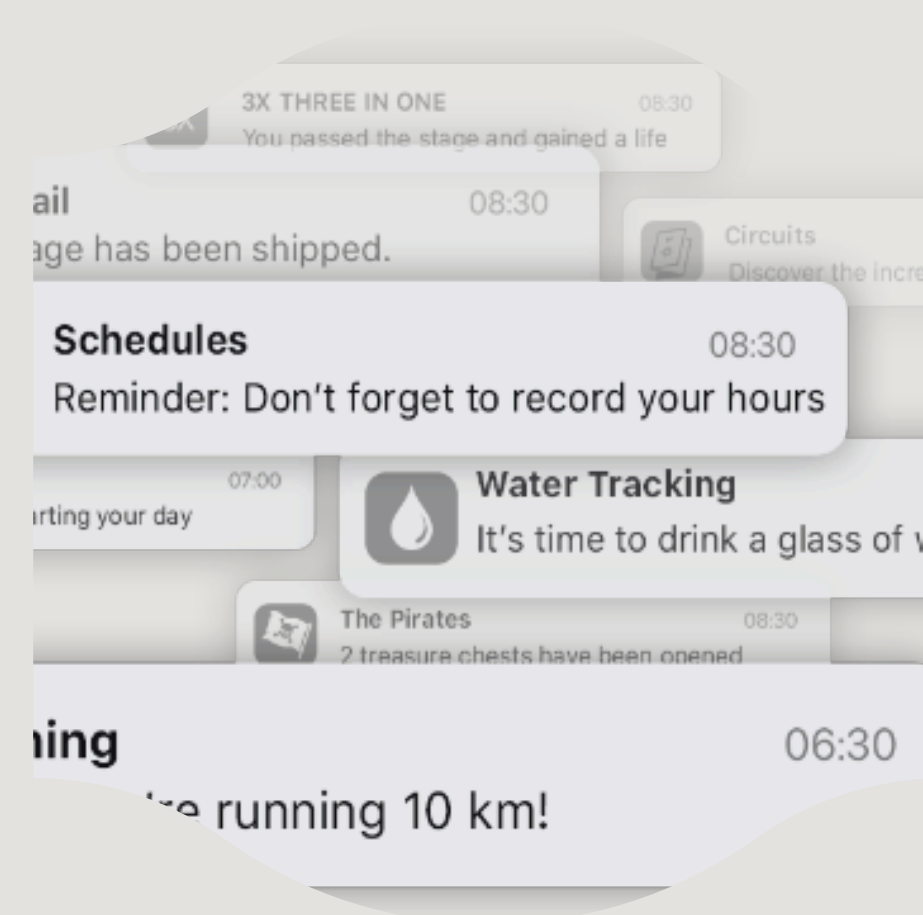
AUTOMAÇÃO

AUTOMAÇÃO DE MARKETING
MULTICANAL



PERSONALIZAÇÃO

PERSONALIZAÇÃO DA JORNADA DO
CLIENTE



CAMPANHAS

AUXILIA EMPRESAS A
ORQUESTRAR CAMPAÑHAS
DE FORMA AUTOMATIZADA E
SEGMENTADA

Feasybeacon

24

[Visite o site](#)

PONTO 1

SOLUÇÕES CONECTADAS

PROMOVE SOLUÇÕES CONECTADAS PARA INTERNET DAS COISAS (IOT)

PONTO 2

COMUNICAR

MÓDULOS E PLATAFORMAS QUE PERMITEM COMUNICAÇÃO SEM FIO ENTRE DISPOSITIVOS.

PONTO 3

CONECTIVIDADE

INOVAÇÃO NA CONECTIVIDADE DE HARDWARE + SOFTWARE.



City Lab Cosmetics

25

[Visite o site](#)



PERSONALIZAÇÃO

O FOCO ESTÁ NA
PERSONALIZAÇÃO DE
COSMÉTICOS



EXPERIÊNCIAS

OFERECE EXPERIÊNCIAS
EXCLUSIVAS TANTO ONLINE QUANTO
EM SUA LOJA FÍSICA EM MILÃO



SOB MEDIDA

PERMITE QUE OS CLIENTES CRIEM
PRODUTOS DE BELEZA SOB
MEDIDA

Vion Vision

[Visite o site](#)

26



APLICAÇÕES

APLICAÇÕES DE VISÃO
COMPUTACIONAL (CV) E
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) PARA
O VAREJO



COMPORTAMENTO

OFERECE SOLUÇÕES QUE
PERMITEM A ANÁLISE DE
COMPORTAMENTO DO CLIENTE



OPERAÇÃO

PREVENÇÃO DE PERDAS E
OTIMIZAÇÃO OPERACIONAL

Galam Robotics

27

[Visite o site](#)



SOLUÇÕES

SOLUÇÕES DE ARMAZENAMENTO
AUTOMATIZADO E MODULAR PARA
LOGÍSTICA URBANA



OTIMIZAR

VISA OTIMIZAR O USO DO ESPAÇO E
A EFICIÊNCIA OPERACIONAL EM
AMBIENTES URBANOS COMPACTOS



GERENCIAMENTO

GERENCIA A CONSOLIDAÇÃO DE
PEDIDOS PARA GRANDES
DISTRIBUIDORES E PLATAFORMAS
DE ENTREGA

Treasure Data

[Visite o site](#)

28



PLATAFORMA INTELIGENTE

FORNECE UMA PLATAFORMA INTELIGENTE DE DADOS DO CLIENTE (CDP), CAPACITADA POR IA, PARA EMPRESAS DE GRANDE PORTE



UNIFICAR

SEU OBJETIVO É UNIFICAR DADOS DE CLIENTES EM TEMPO REAL



EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

PERMITINDO EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS E DECISÕES BASEADAS EM DADOS EM ESCALA EMPRESARIAL

Younited Credit

29

[Visite o site](#)

PONTO 1

CRÉDITOS

FOCA EM OFERECER CRÉDITOS PESSOAIS RÁPIDOS, TRANSPARENTES E JUSTOS

PONTO 2

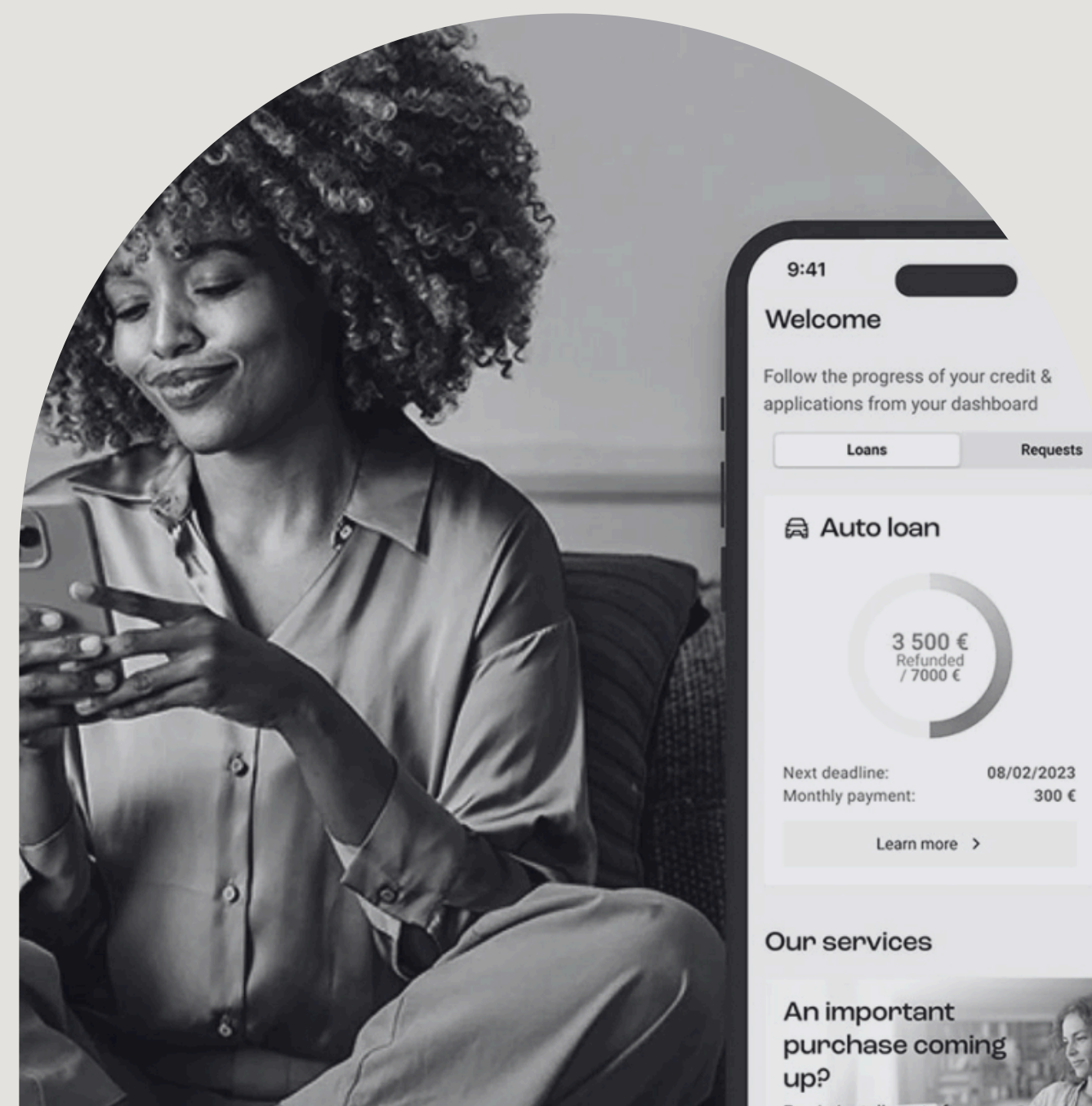
PROCESSOS DIGITAIS

COM UM PROCESSO 100% DIGITAL E SEM NECESSIDADE DE FIADORES OU MUDANÇA DE BANCO.

PONTO 3

CONEXÃO

CONECTA INVESTIDORES PROFISSIONAIS AOS CONSUMIDORES QUE PRECISAM DE CRÉDITO



PONTO 1

SISTEMAS AUTONÔMOS

SISTEMAS AUTÔNOMOS DE DRONES INTERNOS, ALIMENTADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

PONTO 2

AUTOMAÇÃO

PAUTOMAÇÃO DE INVENTÁRIO EM ARMAZÉNS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

PONTO 3

PRECISÃO

VISA AUMENTAR A PRECISÃO, EFICIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE DAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS





GERENCIAMENTO

GERENCIAMENTO E SEGURANÇA DE DISPOSITIVOS APPLE PARA EMPRESAS, INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS E ORGANIZAÇÕES GOVERNAMENTAIS



ADMINISTRAR

A PLATAFORMA PERMITE A ADMINISTRAÇÃO EFICIENTE DE DISPOSITIVOS APPLE EM AMBIENTES CORPORATIVOS.



SEGURANÇA

UMA SOLUÇÃO DE SEGURANÇA QUE PROTEGE OS DISPOSITIVOS APPLE CONTRA AMEAÇAS CIBERNÉTICAS, COMO MALWARE E RANSOMWARE

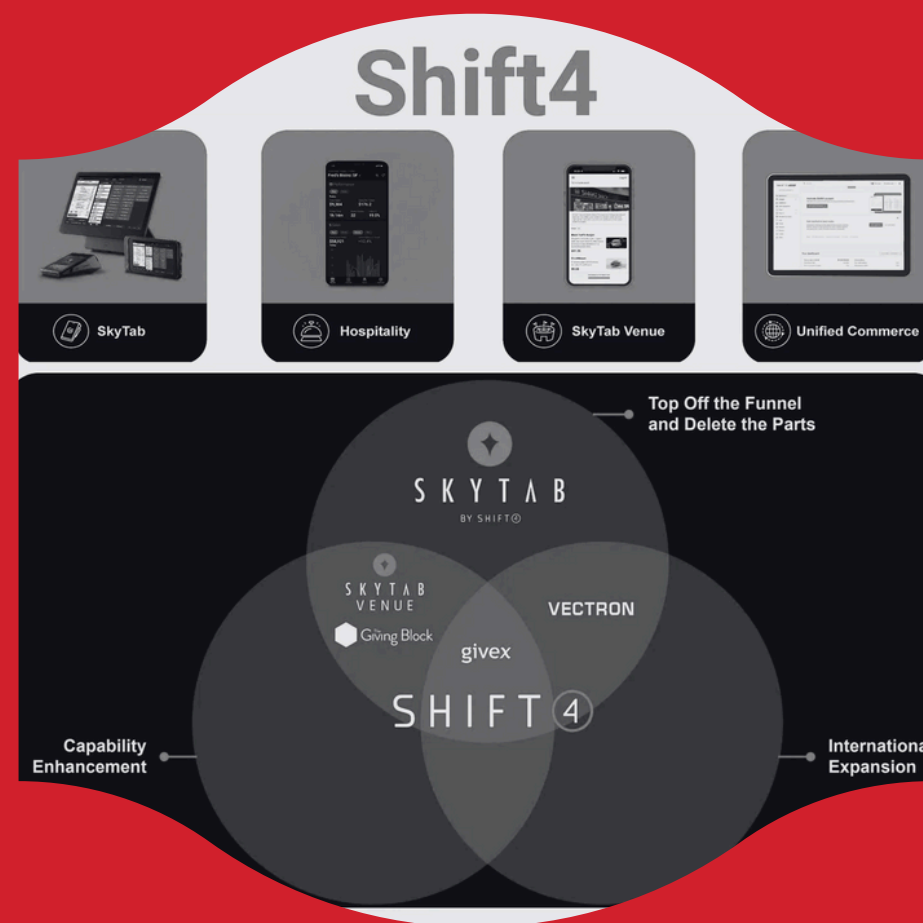
Shift4

[Visite o site](#)



SOLUÇÕES

FORNECE SOLUÇÕES DE
PROCESSAMENTO DE PAGAMENTOS
INTEGRADOS



PLATAFORMA

PLATAFORMA COMPLETA QUE
ABRANGE DESDE PAGAMENTOS
PRESENCIAIS ATÉ SOLUÇÕES DE
COMÉRCIO ELETRÔNICO



SEGURANÇA

ÊNFASE EM SEGURANÇA,
ESCALABILIDADE E INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA

Trax Retail

33

Visite o site



SOLUÇÕES

ANÁLISE DE DADOS E EXECUÇÃO
NO PONTO DE VENDA UTILIZANDO
TECNOLOGIAS E APENDIZADO DE
MÁQUINA



TECNOLOGIAS

OTIMIZA A GESTÃO DE PRATELEIRAS,
MELHORAR A VISIBILIDADE DE
PRODUTOS



OTIMIZAÇÃO

AUMENTA O RETORNO SOBRE
INVESTIMENTO (ROI) PARA MARCAS
E VAREJISTAS.

PONTO 1

ORQUESTRAÇÃO

FOCA EM FORNECER UMA PLATAFORMA DE ORQUESTRAÇÃO DE EDGE COMPUTING

PONTO 2

IMPLANTAÇÃO

PERMITE A IMPLANTAÇÃO, GERENCIAMENTO E SEGURANÇA DE APLICAÇÕES DISTRIBUÍDAS EM AMBIENTES DE BORDA (EDGE)

PONTO 3

TRANSFORMAÇÃO

FACILITANDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM SETORES COMO MANUFATURA, ENERGIA, TRANSPORTE E VAREJO.



Verkada

35

[Viste o site](#)



SEGURANÇA

SOLUÇÕES DE SEGURANÇA FÍSICA
BASEADAS EM NUVEM E
INTEGRANDO CÂMERAS DE
SEGURANÇA, CONTROLE DE ACESSO



INTEGRAÇÃO

SENSORES AMBIENTAIS, ALARMES,
INTERCOMUNICADORES E SISTEMAS
DE GESTÃO DE VISITANTES EM UMA
ÚNICA PLATAFORMA CENTRALIZADA



CONTROLE

PROPORCIONA VISIBILIDADE EM
TEMPO REAL E CONTROLE
EFICIENTE PARA EMPRESAS DE
TODOS OS TAMANHOS.

Milesight

[Visite o site](#)

36



SOLUÇÕES

FORNECE SOLUÇÕES AVANÇADAS
DE INTERNET DAS COISAS (IOT)
BASEADAS EM LORAWAN®



SISTEMAS

AMPLA GAMA DE SENSORES,
GATEWAYS, CONTROLADORES E
PLATAFORMAS EM NUVEM



APLICAÇÕES

DIVERSAS APLICAÇÕES
INDUSTRIAIS, COMERCIAIS E
URBANAS.

PONTO 1

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

FORNECE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS AVANÇADAS PARA DIVERSOS SETORES

PONTO 2

PROCESSOS

ÊNFASE EM PROCESSOS COMO IMPRESSÃO PROFISSIONAL, DIGITALIZAÇÃO DE DOCUMENTOS E CAPTURA DE DADOS

PONTO 3

AUTOMATIZAR

AUTOMATIZAR SERVIÇOS VOLTADOS AO PÚBLICO E PROCESSOS DE DIGITALIZAÇÃO EM MERCADOS VERTICAIS E ESPECIALIZADOS.



Aura Vision

[Visite o site](#)

38



SOLUÇÕES

SOLUÇÕES DE ANÁLISE DE DADOS
EM TEMPO REAL PARA O VAREJO
FÍSICO



INFORMAÇÕES

CÂMERAS DE SEGURANÇA
EXISTENTES PARA CAPTURAR
INFORMAÇÕES SOBRE O
COMPORTAMENTO DOS CLIENTES



PRIVACIDADE

CAPTA FLUXO DE PESSOAS,
TEMPO DE PERMANÊNCIA,
INTERAÇÕES COM PRODUTOS, SEM
COMPROMETER A PRIVACIDADE.

O Impacto das tecnologias digitais na moda

ESSAS PLATAFORMAS MOSTRAM COMO A TECNOLOGIA ESTÁ TRANSFORMANDO O VAREJO DE MODA: DESDE A INTEGRAÇÃO FÍSICA-DIGITAL, PASSANDO POR OTIMIZAÇÃO LOGÍSTICA, ATÉ A DIGITALIZAÇÃO DA LOJA.

O RESULTADO É UMA EXPERIÊNCIA MAIS RÁPIDA, TRANSPARENTE E PERSONALIZADA PARA O CONSUMIDOR FINAL.





4 Inteligência

DE

Dados no Varejo



LiveCrew

[Visite o site](#)

42

PONTO 1

VENDA

AJUDA VAREJISTAS A ANALISAR VENDAS
PERDIDAS EM LOJAS FÍSICAS

PONTO 2

COLETA DE DADOS

COLETA DADOS DE CLIENTES QUE SAEM SEM
COMPRAR, IDENTIFICANDO MOTIVOS COMO
FALTA DE ESTOQUE OU PRODUTO ERRADO

PONTO 3

OMNICHANNEL

OFERECE DASHBOARDS PARA OTIMIZAR
SORTIMENTO, REAJUSTE DE ESTOQUES ENTRE
LOJAS E PREVISÕES DE PEDIDOS MAIS PRECISAS



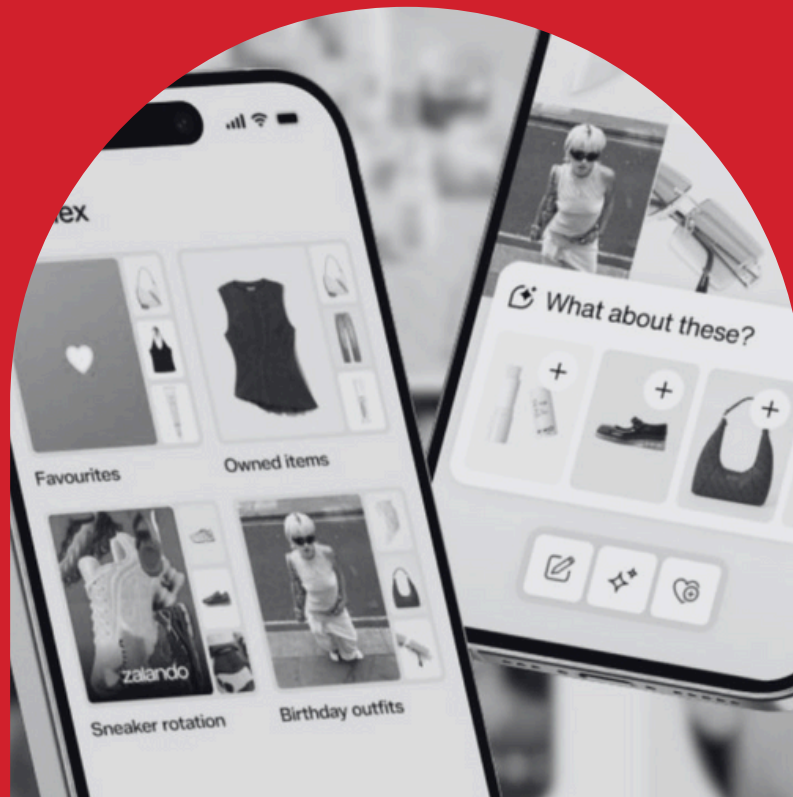
Benefícios



Zalando

44

[Visite o site](#)



DADOS

UTILIZA ANÁLISES DE DADOS AVANÇADAS PARA OFERECER UMA EXPERIÊNCIA DE COMPRA HIPERPERSONALIZADA



TECNOLOGIA

INTEGRA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA), APRENDIZADO DE MÁQUINA E TECNOLOGIAS IMERSIVAS



JORNADA

ADAPTA A JORNADA DE COMPRA ÀS PREFERÊNCIAS INDIVIDUAIS DOS CONSUMIDORES

Resultados



ASSISTENTE DE MODA

SUGESTÕES
PERSONALIZADAS
BASEADAS EM
CLIMA, EVENTO E
ESTILO.



TREND SPOTTER

IDENTIFICAÇÃO DE
TENDÊNCIAS DE
MODA EMERGENTES.



GERAÇÃO DE CONTEUDO

ACELERAÇÃO DA
CRIAÇÃO DE
CAMPANHAS
PUBLICITÁRIAS COM IA.



RECOMENDAÇÕES

USO DE APRENDIZADO
DE MÁQUINA PARA
SUGESTÕES BASEADAS
NO COMPORTAMENTO
DO CLIENTE.

Benefícios

FIRST WEEK

Permite antecipar
ações futuras dos
consumidores

SECOND WEEK

Aumentando do
engajamento e a
fidelidade

THIRD WEEK

Ajuste dos
estoques e
processos
logísticos

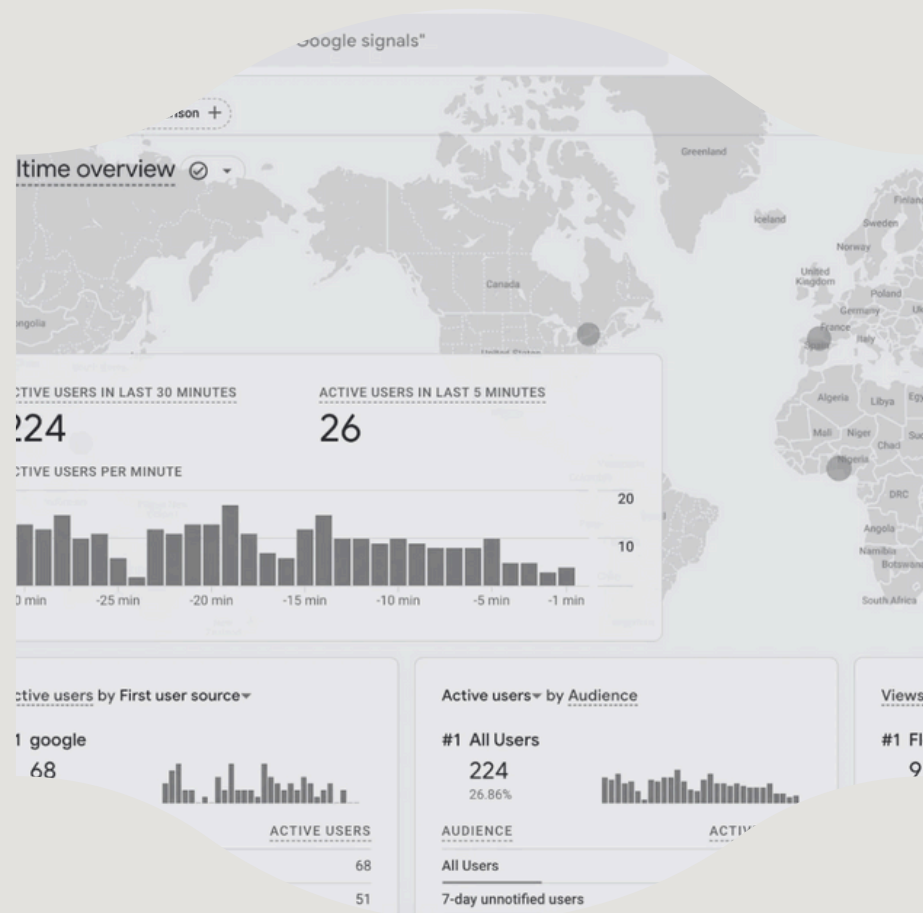
FOURTH WEEK

Identifica novas
tendências de
consumo e
necessidades dos
clientes

Analytics

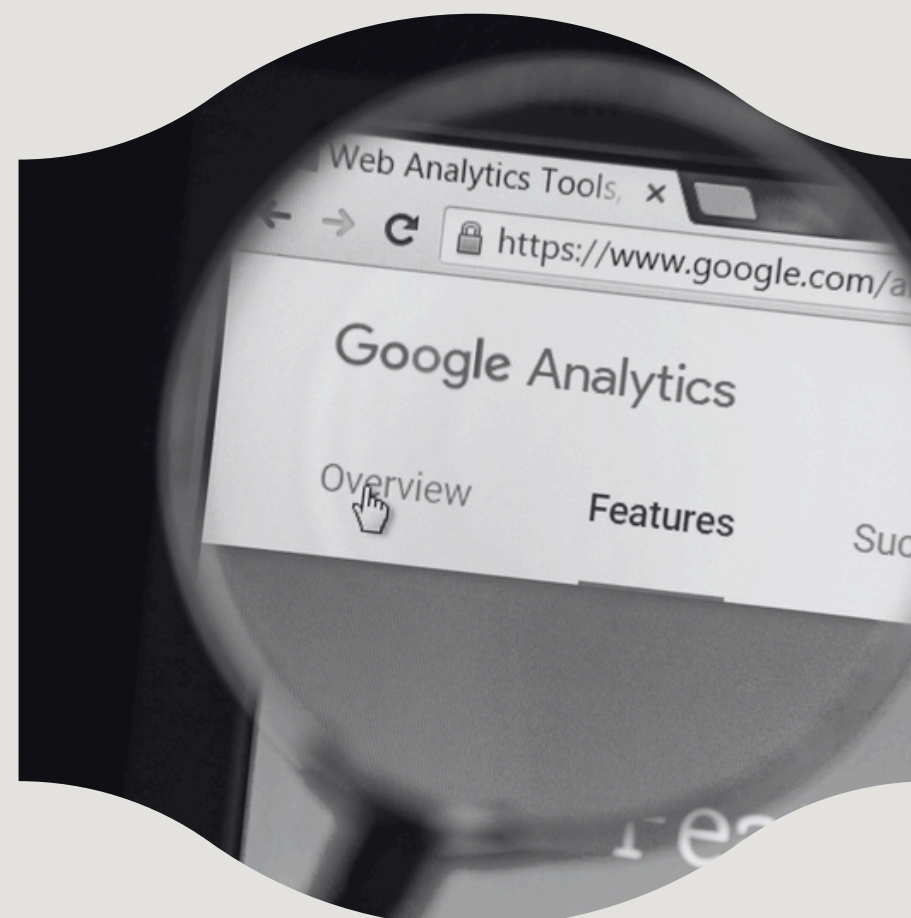
47

Visite o site



ANÁLISE

UTILIZA ALGORITMOS DE APRENDIZADO DE MÁQUINA PARA IDENTIFICAR PADRÕES DE COMPORTAMENTO



PERSONALIZAÇÃO

ANTECIPA ÀS MUDANÇAS E OFERECER EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS AOS SEUS CLIENTES



MONITORAMENTO

POSSIBILITA O MONITORAMENTO CONTÍNUO DAS INTERAÇÕES DOS CONSUMIDORES

Benefícios

FIRST WEEK

Permite antecipar
ações futuras dos
consumidores

SECOND WEEK

Aumentando do
engajamento e a
fidelidade

THIRD WEEK

Ajuste dos
estoques e
processos
logísticos

FOURTH WEEK

Identifica novas
tendências de
consumo e
necessidades dos
clientes





5 Palestras EM Destaque

Palestrante

OMNICHANNEL E EXPERIÊNCIA DIGITAL + FÍSICA

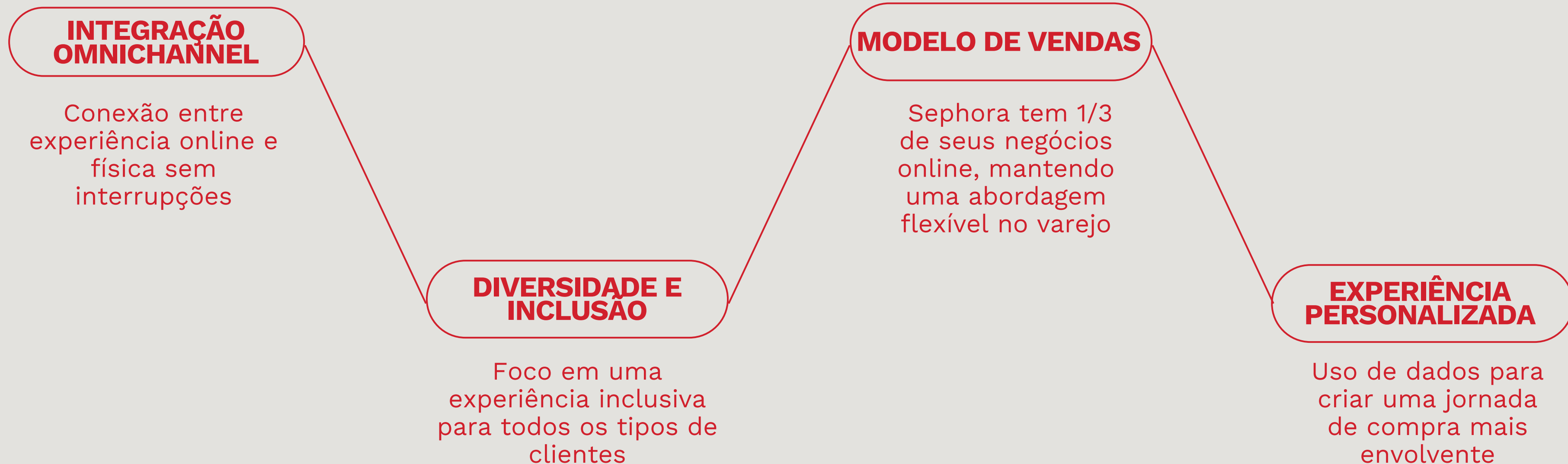
Guillaume Motte, CEO global da Sephora, enfatizou que a experiência de varejo deve ser emocionante e inclusiva. E destacou que a Sephora cresceu significativamente ao focar em diversidade, experiência do cliente e conveniência



SEPHORA

Guillaume Motte

Benefícios



Palestrante

PERSONALIZAÇÃO E TECNOLOGIA EM PONTOS DE CONTATO COM CLIENTES

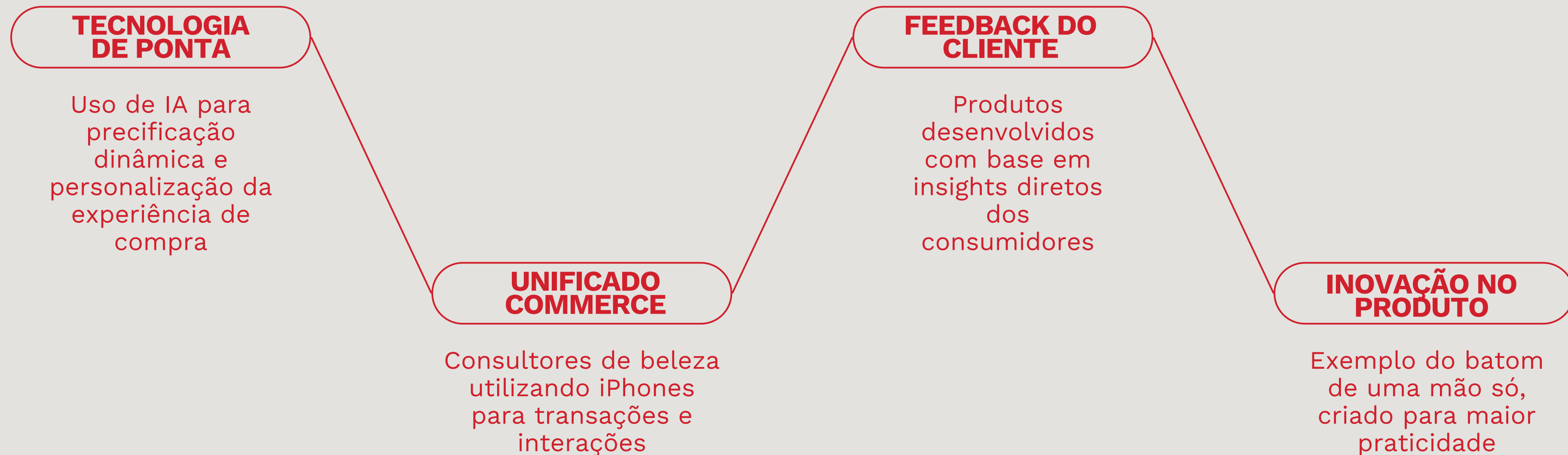
Simone Dominici, CEO da KIKO Milano, participou da NRF 2025, compartilhando insights sobre como a marca está liderando a transformação digital no setor de beleza. Ele discutiu como a KIKO Milano está investindo em tecnologia para oferecer experiências personalizadas aos clientes



KIKO MILANO

Simone Dominici

Benefícios



Palestrante

HIPERPERSONALIZAÇÃO COM IA EM MODA ONLINE

Laura Toledano, diretora-geral da Zalando para França, Reino Unido e Irlanda, discutiu como a Zalando está utilizando inteligência artificial para oferecer experiências de compra altamente personalizadas



ZALANDO

Laura Toledano

Benefícios



Palestrante

MARKETPLACES DIGITAIS, INTEGRADOS ÀS LOJAS FÍSICAS

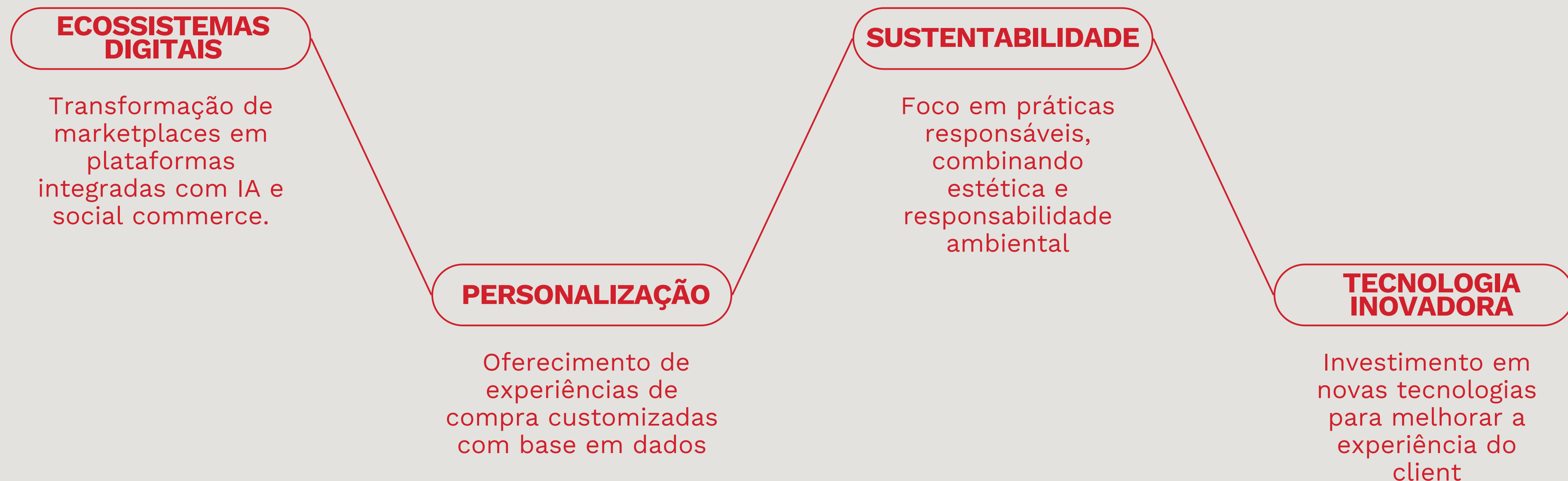
Régis Pennel, diretor de e-commerce da Galeries Lafayette, discutiu como os marketplaces estão se transformando em ecossistemas digitais integrados que combinam dados, inteligência artificial, social commerce, recomendação de produtos e práticas sustentáveis



**GALERIES
LAFAYETTE**

Régis Pennel

Benefícios



Palestrante

INOVAÇÃO ALIADA À SUSTENTABILIDADE

Francesco Pinto, presidente da Yamamay, compartilhou como a marca italiana de lingerie está integrando princípios de economia circular, design ecológico e transformação digital em suas operações



YAMAMAY

Francesco Pinto

Benefícios

ECONOMIA CIRCULAR

Integração de princípios de sustentabilidade nos produtos e processo

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Utilização de marketing digital para explorar novos mercados antes da abertura física de lojas.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Foco em práticas ecológicas e design sustentável

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Combinação de inovação, digitalização e sustentabilidade na jornada de compra.

**50 que
podemos
aprender?**

IA aplicada ao varejo

62

PONTO 1

PRÁTICA

A IA DEIXOU DE SER TENDÊNCIA E VIROU PRÁTICA: USADA PARA PREVER DEMANDA, PERSONALIZAR OFERTAS E AUTOMATIZAR DECISÕES OPERACIONAIS

PONTO 2

VALOR

O DESAFIO AGORA É QUALIDADE DOS DADOS E CULTURA ORGANIZACIONAL — SEM ISSO, IA NÃO GERA VALOR

PONTO 3

VAREJO

A COMBINAÇÃO HUMANO + IA FOI DESTACADA COMO O FUTURO DO VAREJO INTELIGENTE



A Nova Loja física

63

PONTO 1

SISTEMAS AUTONÔMOS

AS LOJAS VOLTAM AO CENTRO DA ESTRATÉGIA COMO ESPAÇOS DE EXPERIÊNCIA, MÍDIA E COMUNIDADE, NÃO SÓ PONTOS DE VENDA.

PONTO 2

AUTOMAÇÃO

MARCAS COMO SEPHORA E GALERIES LAFAYETTE MOSTRARAM COMO INTEGRAR O FÍSICO AO DIGITAL PARA CRIAR EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS.

PONTO 3

PRECISÃO

TECNOLOGIA IN-STORE (SENSORES, ETIQUETAS ELETRÔNICAS, ANÁLISE DE FLUXO) SE TORNA PADRÃO.



Sustentabilidad

PONTO 1

CRITÉRIO

SUSTENTABILIDADE DEIXOU DE SER
MARKETING E PASSOU A SER CRITÉRIO DE
COMPRA E DE FIDELIDADE

PONTO 2

CIRCULARIDADE

MODELOS DE ECONOMIA CIRCULAR,
DEVOLUÇÃO E REUSO GANHARAM
DESTAQUE.

PONTO 3

IMPACTO + VALOR

AS MARCAS MAIS VALORIZADAS SÃO AS QUE UNEM BAIXO IMPACTO AMBIENTAL + VALOR PERCEBIDO PELO CONSUMIDOR.



Omnicanalidade

65

PONTO 1

JORNADA DE COMPRA

O CLIENTE QUER UMA JORNADA FLUIDA ENTRE LOJA, SITE, APP E REDES SOCIAIS.

PONTO 2

INTEGRAÇÃO

“SEAMLESS COMMERCE” INTEGRAÇÃO TOTAL DE CANAIS E DADOS.

PONTO 3

EXPERIÊNCIA HÍBRIDA

MARKETPLACES INTEGRADOS ÀS LOJAS FÍSICAS E EXPERIÊNCIA HÍBRIDA VIRAM O NOVO NORMAL.



Comunidade

PONTO 1

CONEXÃO

AS NOVAS GERAÇÕES QUEREM CONEXÃO, NÃO SÓ TRANSAÇÃO.

PONTO 2

COMUNIDADES

INVESTIMENTO EM COMUNIDADES, MICROINFLUENCIADORES E PROGRAMAS DE FIDELIDADE BASEADOS EM VALOR, NÃO EM DESCONTO.

PONTO 3

VALOR PERCEBIDO

AS MARCAS MAIS VALORIZADAS SÃO AS QUE UNEM BAIXO IMPACTO AMBIENTAL + VALOR PERCEBIDO PELO CONSUMIDOR.



Eficiência Operacional

PONTO 1

ESTRATÉGIA

SUPPLY CHAIN VIROU DIFERENCIAL ESTRATÉGICO: VISIBILIDADE EM TEMPO REAL, AUTOMAÇÃO E “GÊMEOS DIGITAIS” (DIGITAL TWINS)

PONTO 2

PREVISIBILIDADE

O FOCO É REDUZIR PERDAS, PREVER RISCOS E RESPONDER RÁPIDO A RUPTURAS E MUDANÇAS DE DEMANDA

PONTO 3

OPERAÇÕES

OPERAÇÕES MAIS ÁGEIS = MARGENS MAIS SUSTENTÁVEIS





NRF[®]'25
RETAIL'S
BIG SHOW
EUROPE