

## GESTÃO DO CONHECIMENTO

Conheça a equipe responsável pelos treinamentos de clientes para a virada de sistema.

PÁG. 2

## SHOPPING REAL

Magazine do Piauí obtém sucesso com software dedicado ao varejo.

PÁG. 6 e 7



# Update

3º TRI 2019

NÉRUS: SOFTWARE DE GESTÃO E SOLUÇÕES DE E-COMMERCE PARA REDES VAREJISTAS MÓVEIS E ELETRO | MATERIAL DE CONSTRUÇÃO | MODA E CALÇADOS | AUTOPEÇAS



## JOINT VENTURE PARA O E-COMMERCE

Nérus e Venda.la juntam forças para criar soluções de e-commerce para redes varejistas

## PROJETO NÉRUS O²

Iniciativa cria um caminho ideal para as redes varejistas entrarem no varejo digital, resolvendo questões como processos, controle e qualidade da gestão da operação.

PÁG. 4 e 5



Guilherme Bruno, Daniel Lacerda e Haldrey Silva: time da Gestão do Conhecimento Nérus.

## NA TRILHA DO SUCESSO DO CLIENTE

**Desde o final de 2017, a Gestão do Conhecimento já elaborou mais de 300 treinamentos - promovendo uma virada de sistema mais eficiente, além da economia de tempo, recursos e pessoal**

Responsável por reunir todo o conteúdo gerado pelas demais equipes dentro da Nérus, a Gestão do Conhecimento (GC) oferece a todos os clientes acesso às plataformas de Capacitação EAD - Nérus EAD, desenvolvida em parceria com a NDDigital -, e à Base de Conhecimento - Nérus Mind.

Gerente de Suporte e GC, Daniel Lacerda explica que a área reuniu nas plataformas todos os materiais de apoio disponíveis para o cliente. Foi um grande esforço coletar, catalogar e criar os conteúdos. Segundo ele, um bom exemplo do funcionamento da GC aconteceu na virada da rede Livraria Leitura, formada por lojas administradas localmente, com perfil, profissionais e rotinas diferentes em cada unidade. "Criamos trilhas personalizadas por funções", explica Lacerda. Os vendedores receberam dicas de venda, informações de produto, como fazer reservas. Estoquistas aprenderam rotinas de compras e recebimento de mercadorias. "Cada profissional acessou uma trilha de acordo com o trabalho que executa na livraria, o que facilitou a assimilação e entendimento."

Na experiência da Leitura também ficou claro o benefício do EAD. "Com o treinamento on-line, o funcionário testa e valida conhecimentos no horário que melhor lhe atender", diz Lacerda. Antes, a Nérus enviava um profissional até a loja, que tinha que separar a equipe a ser treinada. Isso ocupava recursos e tempo de muita gente. Agora ficou tudo mais rápido e eficiente. "A maior disponibilidade aumenta o compromisso da equipe com o treinamento, o que garante maior sucesso do processo", nota Lacerda. A GC ainda disponibiliza boletins informativos focados em conteúdos técnicos de forma criativa e dinâmica. E, além disso, também gera conteúdos alternativos não só apresentando as ferramentas do sistema, como também soluções para possíveis dificuldades - visando sempre a autonomia e independência do cliente!

Com uma equipe enxuta e eficiente, a GC já elaborou mais de 350 treinamentos, atendendo a mais de 120 empresas. Até junho deste ano passaram 1.632 alunos pelo Nérus EAD e 28.283 módulos dos treinamentos disponibilizados foram concluídos.

**EXPEDIENTE.** A revista Update é uma publicação gratuita, trimestral da NÉRUS, distribuída a redes varejistas de todo o Brasil. [www.nerus.com.br](http://www.nerus.com.br). Contato: [comercial@nerus.com.br](mailto:comercial@nerus.com.br) Telefones: São Paulo (11) 3509-2010; Belo Horizonte (31) 3273-4415; Rio de Janeiro (21) 3514-5153; Vitória (27) 3441-0166; Brasília (61) 3246-3001; Salvador (71) 3512-0275 Sede: Rua dos Timbiras, 2352 - Belo Horizonte - MG - CEP 30140-061. Produção: PIQUINI Comunicação Estratégica.

## HORA DE VIVER O E-COMMERCE

As redes varejistas encaram hoje o e-commerce com encantamento e apreensão. Muitas percebem o avanço e as potencialidades dessa nova forma de vendas, mas poucas entendem as regras desse novo mundo. Algumas já tentaram esse caminho - e boa parte perdeu dinheiro, sem entender bem por quê. Ou nem experimentaram as vendas on-line, porque não fazem a menor ideia de como começar a explorar esse novo jeito de fazer varejo.

Mas o e-commerce avança no Brasil - e rápido. Cálculos dos operadores desse mercado, entre eles a toda poderosa Amazon, indicam que as vendas on-line já representam 6% de todas as vendas do varejo brasileiro. Nos Estados Unidos, o e-commerce representa cerca de 18% do varejo. Ou seja, estamos ainda começando a acelerar. E a estrada continua aberta à frente dos varejistas do país. Há, entre as redes, muita dúvida e falta de informação. Investir ou não investir no e-commerce? Como entender - e dominar - a tecnologia dessa área? Como entrar nesse universo de forma segura, sem colocar em risco o capital da empresa e as vendas físicas (off-line)? É possível obter retorno rápido nessas ações? Ou seja: as redes querem entrar no e-commerce, mas querem fazer isso de um jeito seguro, sem colocar em risco a cultura da empresa, fazer tudo dentro de um prazo que elas possam controlar e, especialmente, querem entrar no e-commerce no

comando das ações e não a reboque delas.

A Nérus vem estudando esse mercado há alguns anos. E consideramos ter encontrado uma solução para nossos clientes e para as redes que queiram entrar no e-commerce sem susto. Em março de 2019, no evento Infovarejo, em Belo Horizonte, anunciamos nosso Projeto O<sup>2</sup> (on-line, off-line), que propõe uma estratégia gradual e segura para que as redes varejistas expandam suas atividades no mundo digital. O segredo, indicamos ali, está na administração das duas frentes, das vendas físicas e digitais, em uma única plataforma de gestão, de forma a manter o controle e proporcionar sinergias operacionais que viabilizem as duas frentes de atuação. Nós até dizemos que as duas operações são inseparáveis.

Agora, com a joint venture que firmamos com a Venda.la (ver página 8), desenvolvedora de hubs de integração de e-commerce e marketplaces, ampliamos esse conceito e oferecemos ao mercado uma solução integrada e consistente, que pode ser o caminho que as redes varejistas estavam procurando para assumir o comando do varejo digital e viverem, de forma saudável e produtiva, o e-commerce.

**Cleber Piçarro,**  
CEO da Nérus

### A ATRAÇÃO DO ON-LINE

Segundo pesquisa da Forrester Research:

- 1 O faturamento do e-commerce já supera R\$ 50 bilhões por ano.
- 2 O crescimento foi de 12% ano passado e vai se manter forte em 2019.
- 3 40% das vendas já são de varejistas tradicionais que avançaram no on-line.
- 4 Clientes on-line já são quase 60 milhões de pessoas.
- 5 O perfil é majoritariamente feminino, que valoriza a facilidade da escolha.
- 6 Fidelização alta: clientes que retornam somam 60% das vendas on-line.
- 7 30% das compras on-line já são feitas em smartphones ou tablets.
- 8 Um terço das vendas on-line acontecem em marketplaces.
- 9 Compras à vista representam metade das vendas.
- 10 Abandono de carrinhos supera 80%, mas deve cair com sites melhores.



# CAMINHO IDEAL PARA O E-COMMERCE

O Projeto O<sup>2</sup>, anunciado pela Nérus em março de 2019 e que será acelerado com a joint venture da empresa com a Venda.la, cria um caminho ideal para as redes varejistas entrarem no varejo digital porque resolve uma questão fundamental para as redes diante desse desafio: segurança.

Por um lado, o Projeto O<sup>2</sup> indica à rede varejista os passos para não haver erros nessa caminhada. Por outro, as redes podem desenvolver seu e-commerce integrado com as vendas físicas, conquistando as sinergias administrativas e operacionais que evitam desperdícios de investimento e potencializam os lucros das duas frentes de vendas. O Projeto O<sup>2</sup> prevê uma entrada faseada, mas rápida, das redes no e-commerce.

Na **PRIMEIRA FASE**, a Nérus define junto com a rede cliente um Projeto Piloto, em pequena escala, para a entrada no universo dos marketplaces com:

- Diagnóstico de softwares e processos;
- Integração do hub de vendas O<sup>2</sup> básico ao ERP existente da rede;
- Preparação dos produtos para o digital: cadastro rico, precificação, publicação etc.;
- Organização para a venda: pick and pack, distribuição, follow de entregas;
- Definição de parceiros estratégicos (logística, entre outros);
- Definição de indicadores de resultados.

Na **SEGUNDA FASE**, a rede começa a operar no on-line de forma integrada com as vendas físicas e com controle operacional e financeiro da operação. Nessa fase, a Nérus oferece:

- Consultoria de gerenciamento de projeto;
- Treinamento de equipes;
- Avaliação dos indicadores.

A **TERCEIRA FASE** é a escalada da operação on-line, quando os indicadores mostrarem que a rede desenvolveu conhecimento e rotinas para ampliar o número de marketplaces e linhas de produtos à venda. Esse é um momento em que a rede pode decidir, por exemplo, que terá um e-commerce próprio. A Nérus oferece consultoria de projeto e treinamento em:

- Automação de processos mais robustos;
- Novas funcionalidades do hub integradas ao ERP da rede;
- Integração com logística, fretes, SAC, chat bot, logística reversa.

Com o tempo e experiência, a rede pode avançar para uma **QUARTA FASE** e praticar o omnichannel e utilizar todas as frentes de relacionamento com o cliente para vender on-line e entregar nas lojas e outras operações combinadas, ampliando o potencial das vendas físicas e on-line para outro nível de escala e complexidade.

## PROJETO NÉRUS O<sup>2</sup>

O PROJETO NÉRUS O<sup>2</sup> GANHA VELOCIDADE COM A JOINT VENTURE DA NÉRUS COM A VENDA.LA. COM ELE, SUA REDE PODE EXPLORAR O VAREJO DIGITAL COM SEGURANÇA, DO SEU JEITO E NO SEU TEMPO.

### PRIMEIRA FASE: PREPARAÇÃO BÁSICA PARA INICIAR O PROJETO PILOTO.

#### CADASTRO ENRIQUECIDO



- Carregamento único
- Parametrização e categorização automática

O varejo on-line exige o cadastro detalhado: dimensões, materiais, acabamento, especificação e fotos dos produtos. Cada marketplace tem uma categorização diferente. A automação poupa tempo e evita erros.

#### PRECIFICAÇÃO



- Plataforma de controle centralizada de preços
- Gestão das ofertas em vários marketplaces
- Visão integrada das diversas frentes de atuação

No varejo on-line, se o concorrente muda a oferta, a resposta tem de ser imediata. O controle unificado permite ao varejista controlar esses movimentos de preços em 10, 15 plataformas alternadamente.

#### ESTOQUE



- O controle de estoque é centralizado no hub
- A baixa é automática das vendas no e-commerce
- Retirada automática da oferta em caso de fim de estoque

Confiabilidade é chave no mercado digital. Se vender e não conseguir entregar, a reclamação é on-line e o consumidor pode colocar em dúvida a qualidade do serviço e a credibilidade da loja.

#### PICK & PACK



- Localização da mercadoria
- Indicação de cuidado de manuseio e embalagem
- Geração de etiquetas para acompanhar o despacho

Embalagem e despacho pedem informações precisas (peso, dimensões, fragilidade, entre outras) que variam de acordo com o transportador. Erros geram desvios ou perdas, ou seja, prejuízo e retrabalho para o varejista.

#### LOGÍSTICA



- Controle e acompanhamento do transporte
- Controle da entrega da mercadoria ao cliente
- Controle da devolução ou troca

O produto deve ser entregue na data prometida. Imprevistos como endereços errados, pessoas ausentes ou devoluções exigem o trabalho reverso de recebimento, atividade que precisa estar integrada ao sistema.

#### SAC



- Controle das interações com o cliente nas diversas plataformas
- Registro das interações

Se o cliente pergunta algo sobre o produto, ele espera informações precisas e rápidas. Caso contrário, ele pode mudar de ideia e ir para o produto ou o site de um concorrente com um simples clique.

#### RESULTADO FINANCEIRO DA OPERAÇÃO



- Preço de venda
- Comissão do marketplace
- Preço de transporte
- Margem bruta de venda

O cliente comprou e recebeu. Ao final desse processo, o varejista precisa saber: teve lucro com venda on-line? A operação na internet é rentável? As operações físicas e on-line, em conjunto, estão dando dinheiro?

#### SEGUNDA FASE

Entrada segura e controlada no mundo dos market places.



#### CAPILARIDADE E RESULTADOS IMEDIATOS

Algumas funcionalidades para os marketplaces

Ficha do cliente

Rastreamento de preços de concorrentes e ajuste da oferta para se manter competitivo

Categorização de produtos

Adaptação de descrição e foto de produto conforme forma de cadastro de cada marketplace

Gerenciamento de anúncios

Integração com os meios de pagamento próprios de cada marketplace

Registro de venda

Geração de NF

Gestão da comissão do marketplace

Sinergia entre logísticas de entrega da rede e dos marketplaces

Gestão de troca e devolução

#### TERCEIRA FASE

Escala. Mais marketplaces e ação própria de e-commerce.



#### PORTAL PRÓPRIO DE VENDAS ON-LINE

Algumas funcionalidades para o e-commerce

Categorização de produtos

Escalabilidade da operação

IA para estudar hábitos de compra

Canalização de ofertas e serviços adicionais

Controle integrado do estoque de toda a rede para compra on-line e retirada em loja física

Gestão de troca/devolução

Ativação de programa de fidelização

**Quer saber mais sobre o Projeto O<sup>2</sup>?**

Fale com Cleber Piçarro:

Tel.: (31) 3273.4415



Maicon Figueiredo Macedo, proprietário do Shopping Real

# SOFTWARE QUE CONHECE O VAREJO

## ENTREVISTA SHOPPING REAL

Após experiência negativa com software generalista, magazine do interior do Piauí obtém sucesso em virada de sistema Nérus.

Quer saber mais?  
Fale com  
Marcos Nannetti:  
Tel.: (31) 3273.4415

Empresa local com abrangência nacional. Assim funciona a Nérus, que tem base em Belo Horizonte e que oferece soluções personalizadas para redes varejistas em todas as regiões do país. Como é o caso do Shopping Real, uma rede de magazines de 40 anos, com sede em São Raimundo Nonato, distante 576 km de Teresina.

Em 2013, o Shopping Real decidiu trocar os sistemas de gestão proprietários e regionais que já não atendiam as necessidades da rede e que tinham suporte deficiente. Acabou fechando com uma das maiores fornecedoras do país que tinha um produto que parecia robusto, era teoricamente flexível e prometia suporte mais próximo. O dia a dia, no entanto, demonstrou que a escolha não foi acertada. “Descobrimos, mais tarde, que aquele sistema não foi feito para o varejo. Tentava ser bom em tudo e acabou não sendo realmente bom em nada”, desabafa Maicon Figueiredo Macedo, proprietário do Shopping Real.

Além do alto custo de aquisição, o software

requeria muitas customizações para se adequar à realidade da rede, exigindo um departamento de TI muito qualificado e caro, demandando ainda muita participação da gerência e da diretoria naquele trabalho. “Estávamos deixando de comprar e vender, core business do varejo, para sermos uma desenvolvedora de sistemas, de recursos humanos, de tempo, entre outros”, revela Macedo. “Não conseguimos a velocidade de mudança que o varejo precisa e o suporte ainda se mostrou caro e escasso, o processo todo foi muito desgastante, com baixa estabilidade operacional”, relata Macedo.

### EXPERIÊNCIA COM A NÉRUS

Em 2018, o Shopping Real partiu em busca de um novo ERP e encontrou a Nérus, especializada em varejo e bastante aderente ao negócio. Segundo Macedo, o acolhimento da equipe de comercial Nérus foi diferente, com um cuidado especial em entender as ‘dores’, a realidade e

## SHOPPING REAL EM NÚMEROS:

**ATUAÇÃO:** 40 anos

**NÚMERO DE LOJAS:** 1

**CLIENTES:** 23 mil clientes cadastrados

**PRODUTOS MAIS VENDIDOS:** móveis, eletrodomésticos, telefones celulares

**SEDE:** São Raimundo Nonato (PI)

**CIDADES ATENDIDAS:** 13 cidades, num raio de 100 km

**FUNCIONÁRIOS:** 33

**ÁREA OCUPADA:** 20.000 m<sup>2</sup>

## CINCO MOTIVOS PELOS QUAIS O SHOPPING REAL ESCOLHEU A NÉRUS:

- 1 Cursos disponibilizados gratuitamente
- 2 Documentação e material informativo oferecidos
- 3 Permite mudanças na equipe sem que um único funcionário seja o detentor do conhecimento do sistema
- 4 Empresa especializada em Varejo
- 5 Equipe de implantação altamente qualificada

O Shopping Real fica em São Raimundo Nonato, a 576 km de Teresina (PI).



A Nérus está presente em 20 estados brasileiros e atende mais de 150 clientes espalhados pelas cinco regiões do país.

as necessidades da rede. “Foram muito realistas, com cuidado em identificar nossos requisitos e apontar o melhor caminho possível. Estamos em fase final de implantação e todo dia a equipe da Nérus nos surpreende positivamente”, diz o proprietário do Shopping Real.

Macedo aponta como um diferencial da Nérus o gerenciamento de projetos, seguindo a metodologia do PMI, o que traz ganhos de eficiência e comunicação na implantação. Ele também se surpreendeu com a transparência, a disponibilidade e a abertura do pessoal Nérus para solução de obstáculos. “Essa proximidade e responsabilidade são importantes na mudança de software”, avalia ele. A aderência do sistema Nérus ao atendimento das necessidades da rede aumentou a motivação dos funcionários para entendimento e uso do software.

Entre as várias adaptações do Nérus, Macedo destaca que o Shopping Real poderá adotar agora a política de desconto de pontualidade, inspirado no bônus de adimplência do Banco do

Nordeste: clientes que pagam em dia terão desconto nas compras realizadas no crediário.

### DE PAI PARA FILHO

A história do Shopping Real começou há cerca de 40 anos, quando Antônio e Nonata Macedo abriram a primeira loja. “Apaixonado pelo comércio, meu pai iniciou como feirante, pegando itens no comércio para revender, ou seja, sem capital de giro. No final da década de 1970, junto com minha mãe, começou um ponto comercial de cerca de 20m<sup>2</sup>, como banca de revistas. As operações foram crescendo, agregando livraria, papelaria, brinquedos e utensílios domésticos”, conta Macedo.

A empresa cresceu e hoje conta com mais de 30 funcionários, sendo uma loja de departamentos referência na região. O Shopping Real trabalha com móveis, eletroeletrônicos, livraria, papelaria, material de construção, brinquedos, roupas e material esportivo, ocupando um espaço de aproximadamente 2 mil metros quadrados.



Cleber Piçarro, da N rus, e Melqui Sodré da Venda.la.

## SOLUÇÕES PARA A ENTRADA SEGURA NO E-COMMERCE



Equipe Venda.la: dedicada ao e-commerce.

Em seu projeto para oferecer às redes varejistas um caminho seguro e rentável para a entrada no e-commerce, a N rus formou uma joint venture com a Venda.la, desenvolvedora de hubs de integra o para e-commerce e marketplaces, com sede em Ribeirão Preto (SP). O acordo foi anunciado dia 24 de julho. As duas empresas vão abrir um escritório comercial em São Paulo. O escritório da N rus em BH, hoje com 70 pessoas, está sendo ampliado. A Venda.la passará de 15 para 30 funcionários em um ano.

Da parte da N rus vem o Projeto O<sup>2</sup>, que junta tecnologia web ao mais completo ERP para o varejo de móveis e eletro, moda e calçados, autopeças e material de constru o. A Venda.la traz para a joint venture um bem-sucedido hub de integra o com marketplaces, sites e-commerce, gestão logística e ERPs. Com essas expertises, a joint venture oferecer  soluçoes de e-commerce para pequenas empresas, que serão atendidas pela Venda.la, e para grandes redes de varejo, que desejam abrir opera oes e-commerce e omnichannel, alvo da a o da N rus.

“A opera o on-line deve ser gerenciada de forma integrada com o varejo físico (off-line),

A opera o on-line deve ser gerenciada de forma integrada com o varejo físico (off-line), para maior capacidade administrativa e redu o de custos

para maior capacidade administrativa e redu o de custos”, diz Cleber Piçarro, CEO da N rus. “O on-line e off-line juntos se reforçam: marcas que operam no físico e no digital transmitem maior confianç  aos clientes, que podem consumir até 2,5 vezes mais nessas redes.”

“Os desafios da venda on-line são grandes e diferentes do varejo físico”, indica Melqui Sodré, CEO da Venda.la. “Apoiaremos os varejistas para que comecem de forma correta suas atividades on-line, especialmente nos marketplaces”, completa. Segundo Sodré, Venda.la e N rus também atenderão quem já vende hoje on-line, com foco na melhora de sua performance.

A N rus soma 28 anos de experiência na gestão do varejo brasileiro, com mais de 150 redes varejistas clientes em todo o país, que no primeiro semestre de 2019, emitiram mais de 10 milhões de notas fiscais processadas através dos seus sistemas.

A Venda.la desenvolve há 13 anos soluçoes para o e-commerce, focada especialmente em marketplaces. Estima-se que pelo menos 15 mil clientes da empresa já experimentaram soluçoes desenvolvidas pela Venda.la.