

SUPOORTE TRANQUILIDADE

Nossa filosofia: o cliente pede atendimento, a Nérus entrega. É uma questão de honra.

PÁG. 2

NF-E 4.0 SEM PROBLEMA

Todas as mudanças da nota fiscal eletrônica são processadas pelo Nérus.

PÁG. 7



Update

4° TRI 2018

NÉRUS: SOFTWARE DE GESTÃO PARA REDES VAREJISTAS DE LOJAS NO SEGMENTO DE MÓVEIS E ELETRO | MATERIAL DE CONSTRUÇÃO | MODA E CALÇADOS | AUTOPEÇAS



NÉRUS E-COM ACELERA O E-COMMERCE NO VAREJO

Novo recurso permite que a gestão do e-commerce seja feita diretamente do ERP. Para quem só tem lojas físicas, o Nérus e-com facilita a entrada no mundo digital.

CLIENTE 4.0 MAIS FORTE

O varejista precisa entender o poderoso novo consumidor 4.0, que é filho da transformação digital e que faz compras de maneira inovadora.

PÁG. 6



Em pé: Lúcio Flávio Ferreira de Oliveira, Juan Felipe dos Santos, Daniela Lúcia Pereira Soares, Fernanda Alves de Oliveira, João Paulo Narciso Andrade, Daniel Neves Lacerda, Augusto Teixeira Cordeiro, Fábio Junior Barbosa Cardoso, Sólón Carvalho Gonçalves.
Agachados: Cláudio Adriano dos Santos, Willian Henderson Diniz Silva (boné), Marcos Soares de Castro, Daniela Soares da Silva Pereira, Iago Mialaret Campos Pena, Matheus Santos Borges Brandão, Nilo Junior Ferreira Leite

SUORTE BOM É QUANDO O CLIENTE GOSTA

**Atendimento
Tranquilidade**

Para a Nérus, não existe software sem suporte. Por isso, o Suporte Nérus é prioridade. A equipe apoia a ideia e abraça a causa.

Quer saber mais?
Fale com
Daniel Lacerda:
Tel.: (11) 3509.2010

A Nérus tem uma filosofia da qual não abre mão: buscar oferecer o melhor serviço de Suporte para seus clientes. O cliente pediu ajuda, a Nérus fará tudo para entregar. O trabalho é organizado para manter a qualidade em alto nível.

Daniel Lacerda, coordenador de Suporte, explica que os controles são rígidos para garantir o bom serviço. Por exemplo, aberto um "ticket", que é o nome dado às demandas dos clientes recebidas por telefone ou e-mail, há um tempo limite para a resposta. Até 10 minutos em primeiro atendimento, para questões simples e práticas; até 30 minutos em segundo atendimento, no qual cliente e suporte interagem na mesma tela de operação para rápida intervenção (e aprendizado); até 4 horas para questões que exigem intervenção da parte técnica. "Se

for um caso crítico, agimos mais rápido", diz Lacerda.

A turma do Suporte é tão entusiasmada com essa ideia que até criou uma competição interna, baseada na série "Game of Thrones", em que duas equipes disputaram para ver quem oferecia o melhor suporte aos clientes. O projeto rendeu bons resultados. "Melhoramos em diversos pontos: as demandas atendidas no prazo aumentaram em 33%, as respostas espontâneas à pesquisa de satisfação cresceram 85%. E 90% das notas dadas ao serviço pelos clientes ficaram entre 4 e 5", explica Lacerda. Além disso, ele conta, a produção de conteúdo para a plataforma Nérus Mind, na qual os clientes podem buscar ajuda on-line para suas questões, cresceu 77%. "Cliente Nérus não fica sem atendimento", conclui Lacerda.

EXPEDIENTE. A revista Update é uma publicação gratuita, trimestral da NÉRUS, distribuída a redes varejistas de todo o Brasil. www.nerus.com.br. Contato: 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.

ERP + INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: O FUTURO DO VAREJO

O varejo está em rápida evolução, puxado por um consumidor mais conectado, que quer informações precisas sobre marcas, produtos e serviços, relacionamento sob medida e, especialmente, boas experiências de consumo. Para encarar este desafio os varejistas deverão recorrer cada vez mais à tecnologia, em especial à Inteligência Artificial (IA).

Por meio de algoritmos e de um bom banco de dados, mantido por um ERP especializado em varejo, um software de IA já permite que o varejista entenda melhor o perfil do consumidor e personalize o atendimento. Já é possível oferecer ao cliente itens correlatos aos que deseja comprar e, assim, elevar o ticket médio da venda.

A Nérus desenvolveu um projeto piloto de IA com a Cristiano Casa e Construção, de Belo Horizonte. Com ele, o vendedor, ao receber do cliente um pedido de porcelanato, é alertado com a promoção de itens ligados à sua instalação, como argamassa, espaçadores e outros produtos. Tudo estimulado pelo computador, sem interferência humana.

Mas as estratégias inteligentes vão muito além das vendas em si. O varejista poderá realizar de forma automática a precificação dos produtos com base na análise da concorrência, no giro do produto e na margem de venda, dentro de um intervalo pré-configurado. Poderá fazer

previsões de ruptura e quebra no estoque. Poderá prever vendas futuras e, ainda, detectar erros ou fraudes nas transações.

Essas e outras decisões, induzidas pelos softwares de IA, auxiliam os varejistas a serem mais estratégicos e mais operacionais ao mesmo tempo. O objetivo final é reduzir custos, aumentar o ticket médio da venda e a frequência de compras, segmentando a oferta baseada na inteligência de dados. Traduzindo tudo isso em resultado financeiro positivo.

A evolução da IA está ligada às tecnologias que estão mudando o mundo como ERPs especializados em varejo, a Internet das Coisas, o "Big Data" e a computação em nuvem que, sozinhas ou em conjunto, abrirão um grande número de possibilidades que permitirá que o varejista atue de forma mais ativa em direção ao seu consumidor.

Por isso, é cada vez mais importante entender a importância e o funcionamento da IA, que em breve será uma realidade nas redes varejistas. Muitas outras tecnologias que pareciam distantes já são realidade. E muita coisa nova ainda vai aparecer.

Um abraço.

Cléber Piçarro, CEO e Diretor Comercial

A inteligência artificial permite ao varejista ser estratégico e operacional ao mesmo tempo.

VEJA O EXEMPLO ABAIXO DA IA APLICADA AO VAREJO COM O NÉRUS RECOMENDA.

SAIR SHIFT+F1 - Help Ponto de Venda 18/10/18 Loja: 1 Pedido No: 159348 Mult: 1.0000 PDV No: 01021 -

Codigo	Descricao	Grade	Subtotal
5	TIJOLO FURADO 29X19X9		20,70
1	AREIA LAVADA FINA		630,77
25	CIMENTO CPTV 50KG		582,00 F

NERUS RECOMENDA

Descrição	Grade
BRITA GNAISSE 0	M3
AREIA LAVADA GROSSA	M3
FERRO BARRA 516	BR
BRITA GNAISSE 0	M3
AREIA LAVADA GROSSA	M3
FERRO BARRA 516	BR
ARAME RECOZIDO ROLO PG07	
TIJOLO FURADO 29X19X14 GRANDE	

Estq: 0 Desc: 0,00 Item: 0,00 **1.233,47**

Itens: 67 Cliente: **1.233,47**

Vendedor: **1.233,47** Limite de crédito:

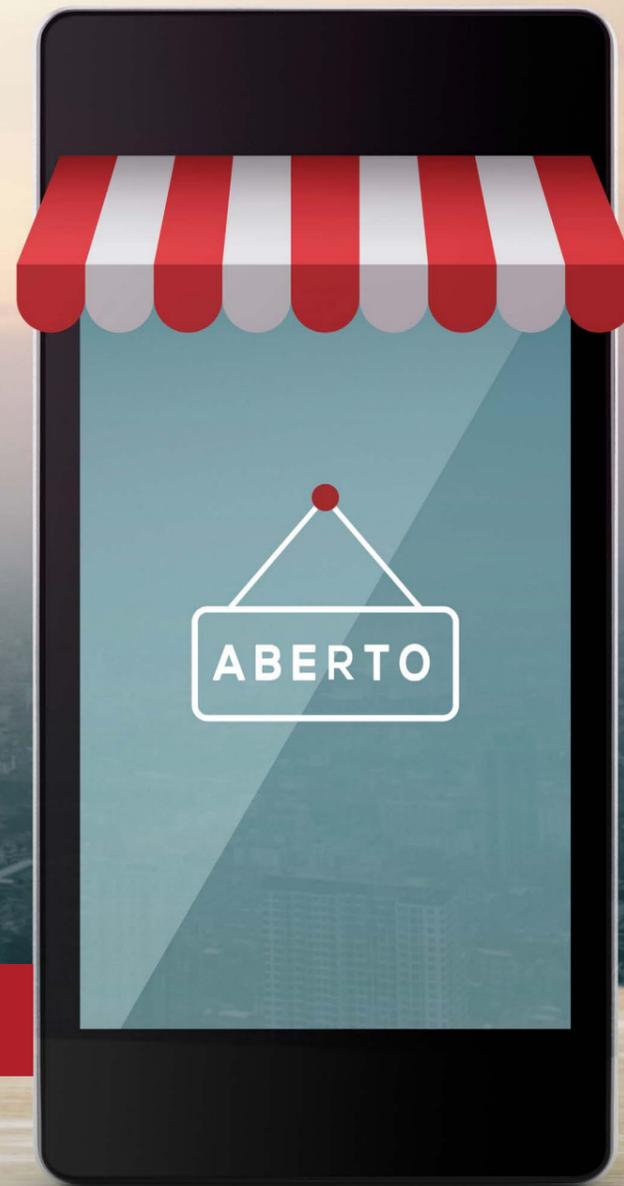
Calculadora(F5) Editor(F6) E-mail(Ctrl+E) SQL(Ctrl+A) Query(Ctrl+W) Relatórios

A Nérus desenvolveu um projeto piloto de IA com a Cristiano Casa e Construção, de BH. Ao registrar um pedido, o vendedor pode sugerir produtos relacionados, aumentando o ticket médio da venda.

NÉRUS E-COM ACELERA AS VENDAS ON-LINE

Novo recurso permite que a gestão do e-commerce seja feita diretamente do ERP. E para quem só tem lojas físicas, o Nérus e-com facilita a entrada no mundo digital.

LANÇAMENTO EM JANEIRO DE 2019



MAIS SERVIÇOS E RELACIONAMENTO

O Nérus e-com permite a entrada no e-commerce de forma rápida. A opção pelo marketplace, por exemplo, pode ser uma alternativa interessante: trata-se de uma plataforma de vendas on-line de bandeira única (Ricardo Eletro, Submarino, entre outras) onde várias redes vendem produtos on-line de “carona” e de forma anônima. Uma vantagem dessa opção é que todo o esforço publicitário é da rede hospedeira (o marketplace). “Quem nunca vendeu on-line pode, no marketplace, treinar em operações que são muito importantes no comércio on-line, como logística de entrega”, aponta Piçarro.

Além de mais vendas, o e-commerce oferece um canal de relacionamento privilegiado com clientes.

Para quem optar pela plataforma própria de e-commerce, existe a vantagem da marca própria, mas recairá sobre a empresa toda a comunicação on-line, que já foi barata, mas está ficando mais cara e mais complexa de se fazer.

E o CEO da Nérus alerta: o varejista off-line que entrar no e-commerce focado somente no aumento de vendas pode ter algumas dificuldades. Há fatores logísticos, administrativos, operacionais e concorrenciais que limitam a efetividade e a lucratividade dessa ação. Uma das questões é: como ele vai competir com as grandes redes on-line que já nasceram estruturadas para esse mercado digital e que já estão há anos operando na web?

Para Piçarro, entretanto, o mundo digital é um caminho difícil de ser evitado. “Não dá para imaginar um mundo com menos internet”, diz. “Além disso, existem outros benefícios do mundo digital que podem ser explorados”. Além de vendas adicionais, o e-commerce pode aumentar as compras dos clientes já existentes, que se sentirão confortáveis em comprar mais da rede onde está habituado a frequentar. Se a rede conhece o cliente e estuda seus hábitos de compra, pode canalizar, on-line, ofertas adicionais dirigidas a ele.

Podem ser oferecidos, ainda, serviços extras, relativos aos produtos. Exemplos: programa de fidelidade automático com recompensas; opção de recebimento de pedidos antecipados; entrega programada; bônus de descontos. E aplicativos podem reforçar a proximidade entre vendedor e comprador, criando vínculo entre a marca e seu consumidor.

Esse relacionamento on-line aumenta o valor da experiência do cliente com a rede varejista. E a maior proximidade da loja com seus clientes é o caminho da fidelização. “Quem entender o e-commerce dessa forma mais ampla poderá se beneficiar muito desse canal”, conclui Piçarro.

A Nérus apresenta o mais novo e importante recurso de seu software para o varejo: o Nérus e-com. A funcionalidade foi desenvolvida para as redes varejistas que querem entrar no mundo digital. “A grande vantagem do Nérus e-com é que, com ele, a administração das vendas e-commerce pode ser feita diretamente no ERP, integrando as operações off-line e on-line”, diz Cléber Piçarro, CEO da Nérus. O varejista controla, de forma conjunta, a precificação, estoque, contas a pagar e receber, parte financeira e fiscal dos dois canais de vendas. “É a forma mais segura, mais fácil e mais organizada de se colocar uma rede de lojas físicas no varejo digital”.

E representa mais economia! Porque, ao evitar as estruturas duplas off-line e on-line, o gestor da rede evita custos desnecessários e promove as sinergias com as quais potencializa seus ganhos operacionais. “Com tudo integrado, o

gestor tem a visão completa do negócio e pode gerar real valor com essas duas operações”, diz Piçarro.

Essa novidade Nérus tornou-se possível porque o ERP da marca, que já integra todas as operações do varejo, ganhou uma Interface de Programação de Aplicações (conhecida pela sigla API) que abre dois caminhos para que uma rede varejista que só atua off-line comece a explorar também as vendas on-line. Um deles é direto e simples: conectando a rede, via Nérus e-com, a um marketplace. O outro é integrando o Nérus e-com com uma plataforma e-commerce, com a qual a rede pode explorar o varejo digital com sua própria marca.

Em janeiro de 2019, o Nérus e-com estará disponível para clientes atuais da Nérus e será também oferecido como opcional de compra para novos clientes.



A Nérus continua ampliando a oferta de recursos de seu software especializado no varejo. O Nérus e-com é só mais um recurso apresentado pela empresa este ano.

Em julho, a empresa lançou o Nérus app, um aplicativo para celular que coloca na mão do varejista o controle instantâneo das vendas, seja por vendedor, por loja ou de toda a rede, visualizando vendas diárias, semanais ou mensais.

É HORA DE ABRAÇAR O CLIENTE 4.0

Atendimento Tranquilidade

Esse cliente é poderoso: rápido, flexível, conectado. Pelo celular, analisa produtos, compara preços. E quer entrega rápida, comodidade e serviços acoplados.

Quer saber mais?
Fale com
Marcos Nannetti:
Tel.: (11) 3509.2010

Hoje não basta ter os melhores produtos, os melhores preços, ser pontual nas entregas e manter um bom relacionamento com clientes. Para sobreviver, o varejista precisa conquistar o Cliente 4.0, filho da transformação digital que tem uma nova maneira de comprar produtos e serviços.

Esse é o cliente mais poderoso da história: rápido, flexível, conectado. Acessa informações pelo celular, analisa produtos, compara preços, vê comentários de clientes nas mídias sociais. E quer atendimento personalizado, entrega rápida, comodidade e serviços acoplados. No varejo digitalizado, o modelo centrado no "produto" dá lugar ao modelo centrado no Cliente 4.0.

Esse novo consumidor tem mais força de negociação e quer mais que bons preços e atendimento: ele quer ver suas expectativas su-

peradas em 4 níveis. Para sobreviver, as redes varejistas precisam atendê-los.

1- ACESSO ÀS INFORMAÇÕES

O Cliente 4.0 quer transparência e autonomia para confirmar características do produto, disponibilidade em estoque, índice da loja no "Reclame Aqui", satisfação de outros clientes. Ele compra de casa, na hora que quiser, sem filas, economiza em gasolina, estacionamento, comida. E pode fazer compras "discretas", sem problemas.

2- INTELIGÊNCIA PARA ESCOLHER

O Cliente 4.0 gosta de sugestões de compra para o seu perfil econômico e social ou de sua "tribo". Para fazer isso, as redes varejistas precisam de softwares que trabalhem com "Big Data" e Inteligência Artificial, analisando dados como idade, compras recentes, formas de pagamento e tendências, ajudando o varejista a prever e, assim, a indicar produtos adicionais.

3- AGILIDADE E COMODIDADE NA ENTREGA

A experiência de venda do Cliente 4.0 "estraga" quando uma data de entrega não é cumprida. Ele quer a velocidade da internet e quer previsibilidade. Se atrasar, ele pensará que a loja é "desorganizada". Se a compra envolver troca, ela deve ser suave, sem stress. Redes varejistas já estão usando o "tracking" da

entrega, com comunicação via WhatsApp, como diferencial de atendimento.

4- CANAIS DE COMUNICAÇÃO DISPONÍVEIS

O Cliente 4.0 quer a comunicação rápida, objetiva, prática em todas as plataformas. Superconectado, o Cliente 4.0 quer falar com a loja por telefone, e-mail, chatbots, WhatsApp, redes sociais etc. Se liga por telefone e não consegue atendimento adequado, não retorna mais. É o SAC 4.0.



UM CLIENTE MAIS EXIGENTE*

86% dos clientes não voltam para a loja em que tiveram um atendimento ruim.

71% consideram a qualidade do atendimento recebido mediana, no máximo.

81% acreditam que os atendentes não estão devidamente qualificados.

*CX Trends (pesquisa da Octadesk)

MUNDO NÉRUS

Notícias, eventos, novidades, informação, oportunidades.



NOVOS CLIENTES: BEM-VINDOS À NÉRUS

A Nérus conquistou dois novos clientes. A rede Vander Móveis, com lojas em Ipatinga (MG) e em outras cidades da região. Outro cliente é a rede de lojas Baianão Móveis, com sede em Salvador (BA). Com esses dois clientes, a Nérus expande ainda mais sua participação no varejo de móveis, uma das áreas de especialização do software da empresa, junto com os segmentos de Material de Construção, Moda e Calçados e Autopeças.

FAÇA A CONCILIAÇÃO AUTOMÁTICA DE CARTÕES DE CRÉDITO

Já pensou em fazer a conciliação automática dos cartões de crédito nas operações de venda, os acertos automáticos dos resumos, o controle da antecipação e a baixa automática dos lançamentos já conciliados? Isso agora é possível devido à parceria firmada entre a Nérus e a Boa Vista Tecnologia, que é uma referência em soluções e ferramentas para a conciliação de cartões.

A parceria ainda permite outros benefícios, como a checagem das taxas do cartão e das antecipações. Ou um maior controle sobre os pagamentos recebidos das adquirentes. Além disso, a automatização dos processos reduz o trabalho manual e aumenta a produtividade do departamento financeiro. "Para entregar o comando do varejo temos sempre que pensar em oferecer velocidade, segurança e qualidade operacional para nossos clientes", explica Janaína Alves, gestora comercial da Nérus.

ENTENDA A NF-E 4.0

Desde o dia 1º de agosto, entrou em vigor o novo layout da emissão de NF-e 4.0. São várias mudanças, incluindo dados novos a serem enviados às Sefaz de cada estado. A Nérus já havia se antecipado às mudanças e todos os clientes da empresa estavam já preparados para emitir no novo layout da NF-e. Como o assunto é vasto (ainda são esperadas muitas notas técnicas dada a complexidade das mudanças), compartilhamos alguns pontos importantes que devem ser tratados com atenção pelo varejista.

CÓDIGO GTIN

Esse código, que não possuía regra na validação do xml, agora é validado durante a emissão. (Se quiser conhecer mais o GTIN, recomendamos a leitura para maiores informações no link: <https://www.gs1br.org/faq/o-que-e-gtin>).

CARTÕES DE CRÉDITO

Nas vendas de cartões de crédito agora é necessário enviar os dados da adquirente. Fique atento quanto ao cadastro da mesma.

FCP. NOVIDADE

o Fundo de Combate à Pobreza é um novo imposto para minimizar as desigualdades sociais entre os estados brasileiros. Ele ocupa novos campos no layout da nota e há regras de cálculos porque há diferenças de alíquotas entre os vários estados.

INFORMAÇÕES DE PAGAMENTO

Agora há espaço para as formas de pagamento (débito, crédito, dinheiro, cheque entre outros) e para o preenchimento do valor do troco.





“SEMPRE QUE EU LIGO, ME ATENDEM.”

ENTREVISTA CASH BOX

“As características do nosso negócio exigem muito controle na gestão de compras e na gestão financeira, entre outras. Preciso de toda a informação que envolve a gestão da empresa.”

Em maio de 2018, a rede de lojas de presentes Cash Box, de Belo Horizonte, realizou a “virada de sistema”, implantando o software integrado Nérus para a gestão das 15 lojas e do atacado que formam a rede. “Estamos naquela fase de ajustes das pessoas e dos hábitos ao novo programa e não temos tido nenhum problema de atendimento”, diz Marco Aurélio Roberto, o proprietário, que é uma pessoa muito franca. Se você faz a ele uma pergunta, a resposta vem direta. Então perguntamos: qual o grau de satisfação dele em relação ao Atendimento Nérus? “Muito bom”, diz ele.

“Em uma ocasião, ligamos às 19h e ficamos com o atendimento em linha até resolvermos a situação que estávamos enfrentando”, diz o empresário, elogiando esse comportamento da equipe Nérus. “Normalmente é assim: na hora de comprar você consegue acesso ao Papa, mas depois não consegue falar nem com o coroinha”, compara ele, de brincadeira. “Já na Nérus, todas as vezes que eu ligo, me atendem”, atesta o empresário.

A Cash Box foi criada há 23 anos por Marco Aurélio e sua esposa, Alessandra, sócia no negó-

cio. “Nosso diferencial são soluções para presentear, do neto ao avô, da classe A à classe D”, diz ele, descrevendo o perfil da Cash Box. “Usávamos um software que ficou sem desenvolvimento e estávamos ficando limitados para crescer”, conta o empresário. “No varejo, software sem desenvolvimento contínuo não dá porque esse é um segmento de mercado muito dinâmico, que muda sempre, o que obriga a gente a estar sempre atualizado”.

Essa é uma condição especialmente importante para uma rede que tem experimentado crescimento. “Optamos pelo Nérus porque é especializado em varejo”, explica Marco Aurélio, que precisa de relatórios diversos para poder administrar seu negócio, que hoje emprega 120 pessoas. Entre as áreas de maior atenção estão estoque e logística, já que a Cash Box trabalha com milhares de itens. “As características do negócio exigem muito controle na gestão de compras e na gestão financeira, entre outras. Preciso de toda a informação que envolve a gestão da empresa”, resume Marco Aurélio, que agora conta com o software Nérus para continuar crescendo.

CASH BOX