

Um guia para qualquer comerciante

Com seus mais de 25 anos de experiência em mercado, a EAC sabe a dimensão da complexidade de uma escolha e implantação de um ERP. Baseado nisso, com o intuito de orientar a todos os comerciantes varejistas, a EAC, através do diretor Marcos Nannetti, desenvolveu o guia "Automação Comercial - Como escolher?". Este guia é voltado para todos os varejistas, tanto para aqueles que pretendem mudar seu sistema gerencial, quanto para aqueles que querem dominar ainda mais a

tecnologia utilizada em seu comércio. De uma forma direta e simples, este guia aborda os processos, etapas-chave, avaliações, a mudança de tecnologia e, principalmente, uma maneira nova de pensar para evitar as consequências desastrosas que uma escolha absolutamente empírica pode trazer aos negócios. Esta atitude de levar conhecimento e formatos contemporâneos de gestão é uma forma que a EAC Software enxerga para colaborar com o sucesso do varejo brasileiro.



*Receba seu Guia gratuitamente!
Envie um e-mail para comercial@eacsoftware.com.br com seu endereço completo. Ou se preferir, faça o download no site da EAC Software.*

É fácil conectar com a EAC. Escolha!

Com o objetivo de levar informações atualizadas sobre o varejo, a EAC gradativamente se faz presente nas principais redes sociais e disponibiliza novas ferramentas web.



Canal EAC no Youtube. Vídeos com produção própria e links de conteúdos sobre tecnologia e varejo.
www.youtube.com/user/eacsoftwareoficial



A EAC também no Facebook. Os principais acontecimentos do mundo varejista, eventos e novidades na EAC.
www.facebook.com



Todas as palestras EAC para que você possa rever e acessar o conteúdo.
www.slideshare.net/eacsoftware



Links e notícias sobre o varejo. Acompanhe-nos no Twitter:
www.twitter.com/eacsoftware



Varejo? Tecnologia? ERP? Não importa! Faça sua pergunta ao canal de perguntas EAC.
www.formspring.me/eacsoftware



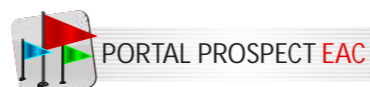
A web EAC exclusiva para smartphones e Iphones
www.eacsoftware.com.br/m



O nosso álbum de fotos web. Confira as fotos de todos os eventos EAC e caso tenha participado, faça download daquela que desejar.
<http://picasaweb.google.com/eacsoftwareoficial>



A área exclusiva dos clientes EAC Software. Acesse sua página:
www.eacsoftware.com.br/portalciente



Informações totalmente direcionadas e segmentadas de acordo com o perfil de negócio para quem busca um ERP. Acesse:
www.eacsoftware.com.br/portalciente

update

O informativo da EAC Software

Impresso Especial
9912230611/2009-DR/MG
EAC SOFTWARE
CORREIOS



New York

foi o palco do Retail's Big Show - a maior feira para o varejo do mundo. Confira como foi - tanto na visão da tecnologia quanto dos especialistas da EAC Software.



Editorial:

Diretores: Marcos Nannetti e Leonardo Dicker
Produção: Sávio Rezende, Stella Rossi e Lucas Moreira
Fotografias: banco de imagens EAC
Tiragem: 3.000 exemplares
Escreva para nós: update@eacsoftware.com.br

EAC SOFTWARE

Rua Timbiras, 1532 | 4º andar
Funcionários | Belo Horizonte | MG
CEP: 30140-902 | Tel: (31) 3273-4415



Show de novidades e muitas idéias

Ficamos muito surpresos com a grandiosidade da NRF 2011 – Big Show, a maior feira de varejo do mundo, que ocorre em New York desde 1911, ou seja, esta foi a 100ª edição. Além das centenas de palestras oferecidas nas mais diversas áreas ligadas ao varejo, existe a feira de serviços e produtos para o varejo com tudo que o mercado norte americano oferece aos varejistas. Encontra-se desde um gerente de projetos formado especificamente em desenvolvimento de projetos para o varejo, até um super ERP capaz de gerenciar todas as atividades dos varejistas. Lá é possível encontrar praticamente tudo que está à disposição do varejo. Ou seja, um show de tecnologia! Porém, mais importante que a feira foram os insights e as idéias geradas

na viagem. Nada melhor que sair de nossa zona de conforto, da rotina do dia a dia e mergulhar em uma realidade diferente, que nos instiga a todo o momento repensar nosso modelo de negócio, nossos paradigmas e trazendo novas e inusitadas perguntas que antes nem sonhávamos que seriam possíveis. Esta sem dúvida é a grande vantagem da NRF: ser um vento revigorante para oxigenar as idéias e assim ter uma nova visão de nosso negócio através de ângulos totalmente diferentes! Acho que a data que os americanos escolheram para este evento é estratégica. Logo após o Natal, nossa grande época de vendas. Passada a euforia, chega o tempo de reunir nossas tropas, repensar as táticas para o ano novo e voltar cheio de gás para nossa luta

diária. E é isto a NRF faz com louvor! Parabéns aos americanos.

Outra sacada genial são as visitas técnicas nas empresas escolhidas a dedo por quem entende do assunto e que nos leva aos pontos mais quentes e atuais de Nova York. Estas visitas são direcionadas por guias que entendem muito do varejo e que nos chamam a atenção para os mais diversos pontos que fazem daquele varejista em particular um sucesso. Neste ponto você começa a perceber que não existe almoço de graça, tudo é extremamente pensado, planejado e executado de maneira muito profissional e com um olhar atento a todos os detalhes que fazem parte da receita do sucesso. Seja um propósito inovador, pessoas que gostam de servir e comprometidas com a empresa, fornecedores realmente parceiros do negócio, consumidores e sociedade respeitados em seus princípios, um posicionamento de marketing diferenciado e focado no público correto, processos e sistemas tecnológicos que sustentam a operação, logística eficiente que reduz estoque e garante disponibilidade, etc.

Para a EAC foi uma satisfação conseguir levar um grupo de clientes que apesar de pequeno, foi a semente de um projeto que temos certeza que irá frutificar, pois quem foi com certeza irá voltar. Para que não haja desculpas de falta tempo, vistos ou habeas corpus, estamos lançando já neste mês o cronograma da viagem da NRF 2012 para que todos se preparem e nos acompanhe no ano que vem.

Forte abraço e boas vendas a todos !

Marcos Nannetti
Diretor da EAC Software
nannetti@eacsoftware.com.br



Em 2012 tem mais!

Devido ao grande aproveitamento, a EAC terá seu próprio grupo na próxima edição do Retail's Big Show. E você é o nosso convidado.

Após o grande aproveitamento da EAC Software no Big Retail 2011, preparamos um pacote com programas exclusivos para que você, empresário varejista, descubra inúmeras oportunidades na maior feira de comércio do mundo. Confira abaixo datas e valores:

Retail's Big Show 2012

Data: 15 a 18 de janeiro de 2012, em Nova York

Grupo EAC Software

Saída: 13 e retorno em 19/01/12.

Pacote inclui: passagem aérea, hospedagem, traslados e visitas técnicas.

Valor: 10 vezes de R\$900,00.

Clientes EAC Software terão como presente o ingresso do evento.

(Estima-se em US\$750,00)

Quem interessar, envie um e-mail até 30/03/2011 para

comercial@eacsoftware.com.br.

Vagas limitadas

Saia na frente!

Nova temporada de treinamentos SACI e MySQL

Gerenciar o seu negócio com competência e agilidade requer preparo da sua equipe. Informação e conhecimento se tornaram totalmente acessíveis, porém, a prática com qualidade e a experiência só detém quem realmente se qualifica. Assim enxergamos a importância da capacitação profissional. Um recurso que proporciona resultados diretos na empresa, através da evolução pessoal, no exercício de novas funções, acesso às novas oportunidades e

da adaptação às exigências freqüentes do mercado.

A EAC disponibiliza a temporada de Treinamento SACI e MySQL 2011, que visa preparar e atualizar o profissional na tecnologia do comércio, como também a prática com eficácia e qualidade.

Confira a programação detalhada no site da EAC e faça já a sua inscrição. Outras informações poderão ser obtidas no (31) 3273-4415, com Carolina.

Plano de Treinamento

ORACLE Gold Partner
Specialized MySQL Database

O varejo e as novas tecnologias

As exposições e palestras ministradas pelos especialistas mundiais do varejo, no Retail's Big Show revelou não somente as novas tendências tecnológicas, mas sim uma quebra de paradigmas que o contexto exigirá dos varejistas.

Sem dúvida, a tecnologia parece ser o grande motivador das mudanças pelas quais a sociedade vem passando e que tem impactado o varejo e o e-commerce. A última edição do Retail's Big Show veio a confirmar. A tecnologia sai do papel de apoio para a tomada de decisão para assumir o papel de nova ferramenta para a relação direta com o consumidor.

O evento abordou vários temas, dentre eles, destaque para as tendências da economia para 2011, multi-canal e multi-formato de vendas, a experiência de compra, o "neoconsumer", ou seja, um consumidor mais inteligente e equipado para pesquisar e decidir suas compras e a sustentabilidade do varejo.

Mas dentre esses assuntos, a grande sensação da feira girou em torno das novas possibilidades que se abrem com grande parte da população conectada através dos telefones celulares com acesso a banda larga. Há uma tendência de mudança de paradigma quando se vê a possibilidade de interligação e interação de quiosques com os smartphones.

Com a utilização da tecnologia, o processo de compra torna-se mais comparativo. A entrega, a busca do produto, o levantamento de informações técnicas, a visita na loja física e a avaliação de outros consumidores sobre o produto, são feitas com maior velocidade e impactam na decisão de compra do

consumidor. Cases como o da Godiva.com demonstraram que "Mobile e-commerce não é ter uma miniloja no celular, mas poder criar funcionalidades de e-commerce que explorem ao máximo o meio móvel", cita um dos palestrantes.

O evento foi considerado um dos maiores até hoje, sendo mais de 600 brasileiros entre os 105 países presentes para exposição e congresso. Uma feira com 3.000 expositores, principalmente da área de tecnologia para varejo e e-commerce. Para a edição de 2012 a EAC Software estará organizando outro grupo de empresários varejistas para a participação. Confira no site da EAC e faça parte deste seleto grupo.



As tendências do momento

Celulares Smartphones (Mobile)

As aplicações de celulares se dividiram em 03 (três) grandes blocos:

- 1. M-site:** sites especificamente desenhados para acesso através de smartphones.
- 2. M-commerce:** sites de comércio eletrônico, especialmente desenhados para smartphones, inclusive com pagamento através do celular.
- 3. M-apps:** aplicativos específicos que possam auxiliar o cliente a escolher o melhor produto, guiá-lo na loja, dar cupons de desconto ou promoções específicas. Basicamente feitas nas plataformas do I-phone da Apple ou do Android da Google.

Realidade Aumentada (Augmented Reality)

É uma linha de tecnologia que quando lida, faz a interação com elementos virtuais, imagens, efeitos, localização GPS e dos bancos de dados sobre produto, pessoa ou lugar. Promete um mundo novo de opções de serviços, propaganda e entretenimento. Confira exemplos no Canal EAC no YouTube.

Business Intelligence (Inteligência de negócios)

Uso cada vez mais relevante dos diversos bancos de dados disponíveis. Dispõe de aplicações para análise preditiva de demandas, ou seja, uso constante dos dados para auxiliar a tomada de decisão e facilitar a gestão das lojas.

RFID

Se trata de uma etiqueta de rádio frequência que pode ser colocado em um equipamento, embalagem ou produto. Contém chips de silício e antenas que lhe permite responder aos sinais de rádio enviados por uma base transmissora. Esta tecnologia é apoiada por uso intensivo dos bancos de dados, tanto sobre os produtos quanto aos clientes, e promete revolucionar a maneira como o varejo trabalha. O governo brasileiro já se prepara para isto. Confira detalhes no site oficial: www.brasil-id.org.br

In-Memory Data Base (Banco de dados em memória)

Com a redução do preço das memórias RAM, agora passa a ser possível tratar um grande volume de dados nas memórias dos computadores o que torna as consultas a banco de dados instantâneas. Ainda é caro para o padrão do varejo brasileiro, mas pode ser uma solução razoável no médio prazo.

Digital Signage (Sinalização Digital)

Uso intensivo de sinalização digital através de LCD interativos, touchscreen, fazendo o cliente ficar informado e ser parte da loja. Muito boa oportunidade de ganhar dinheiro através de veiculação de propaganda de fornecedores dentro da loja.

Posso mesmo movimentar uma loja com isso?

O modelo multi-canal de vendas no varejo está se tornando, gradativamente, de estratégico para necessário. E quem comanda esta velocidade é o novo perfil dos consumidores.



A tecnologia está mudando fortemente o jeito que o varejo interage com seus consumidores. E para adaptar-se, é preciso que o varejo compreenda a necessidade de um sistema multi-canal, capaz de atender as diversas formas de compra que estão surgindo e tornando-se cada vez mais comuns.

Uma opção que a EAC sugere é uma tecnologia que começa a ser usada com frequência no varejo: o QR Code (ou Código de Barras em 2D), uma matriz ou código de barras bi-dimensional que, lidos por telefones celulares, permitem acesso a informações mais completas sobre os produtos. O QR vem de Quick Response, pois o código pode ser interpretado rapidamente, mesmo com imagens de baixa resolução, feitas por câmeras digitais em formato VGA, como as de celulares.

"Os orientais usam QR Codes no metrô, supermercados, camisetas, exposições, eventos. As aplicações são diversas. No Brasil,

principalmente os varejistas, já vêm usando o recurso principalmente em suas campanhas publicitárias, que podem trazer imagens do código para interligar o anúncio ao celular do público-alvo, enviando dados para contato, links para hotspots promocionais ou simplesmente um link para o e-mail. As possibilidades são infinitas.", diz Lucas Moreira, webmaster da EAC.

Além de armazenar grande número de informações, o QR Code facilita a vida do consumidor. Com ele, é possível não somente comprar o produto através do celular, como também pesquisar preços e ofertas. Para alguns, este pode ser considerado uma evolução do RFID.

Pode-se dizer que a primeira tecnologia é mais voltada para o varejista e a segunda para o consumidor, uma vez que não necessita um aparelho específico para leitura - o que pode ser feito através do celular. No entanto, são essenciais para o varejo do futuro.

Segundo o site Mercado & Consumo, a rede americana de eletrônicos Best Buy colocou QR Codes nas etiquetas dos produtos que vende em suas lojas. O objetivo da Best Buy foi aproveitar o crescimento do uso dos celulares e o comportamento multicanal dos consumidores, proporcionando assim o aumento das vendas.

Conheça um QR Code na prática!

Posicione a camera do seu celular na imagem QR Code acima e veja o que acontece!

É necessário que seu aparelho tenha um aplicativo de leitura QR Code. Dúvidas: www.eacsoftware.com.br/qrcode

Em nossa página você poderá criar seus próprios QR Codes. Aproveite e utilize em suas lojas!



Um consumidor a procura de experiências

A era do produto já passou e agora o comércio vive uma era de experiência. Seduzir e conquistar o consumidor diariamente é o desafio.

A 100ª edição da NRF - National Retail Federation, o maior evento varejista do mundo, confirmou que vivemos a era da experiência. Sim, a era do produto já foi. E mudar o rotineiro formato de trabalho e incrementar a experiência do consumidor, a partir do momento em que ele entra na loja, é o maior desafio do varejo para 2011.

E qual o caminho? A base para a maior parte destas vivências de experiências vêm da tecnologia. Vitrines interativas, realidades aumentadas, touchscreen, quiosques de atendimento, etiquetas

monitoráveis deverão ser utilizadas para tornar o momento de compra irresistível, divertido e muito lucrativo. Além disso, usar tecnologias interativas e integrar diferentes canais e formatos de vendas serão pontos importantes para o setor.

Uma pesquisa da Wharton (www.wharton.universia.net) mostra que 35% dos consumidores já tiveram uma experiência fascinante de compra no varejo nos últimos seis meses. Mas para chegar a esse percentual de satisfação, é preciso que os varejistas analisem

minuciosamente a realidade atual de seu comércio. A experiência de compra está interligada a vários elementos simultaneamente. Inserir apenas um elemento tecnológico não basta. A tecnologia deve ser um poderoso meio, e não um fim. As expectativas dos diferentes grupos são extremamente elevadas, fácil frustrá-las e difícil contornar uma experiência ruim.

Há uma revolução tecnológica onde o consumidor não somente acompanha como direciona o rumo desta tendência. Assim, os varejistas precisam não somente acompanhar a tendência como estar atento ao básico: ter produtos certos para o seu público, um preço adequado, estoque funcional e serviços padronizados. Em um segundo momento vem a criação de um diferencial, usando a atmosfera da loja para envolver o consumidor.

No Brasil a tecnologia para o varejo ainda é usada exclusivamente para resolver problemas operacionais, enquanto varejistas americanos e europeus mostram uma aplicação mais estratégica para alavancar vendas, auxiliar a loja a ganhar mercado e aumentar a rentabilidade.

A edição 2011 da NRF deixou evidente que a lição de casa do varejo, para os próximos anos, está apoiada em inovação, geração de experiência nas lojas físicas e virtuais e em conteúdo customizado e de qualidade. E claro, acompanhar a velocidade da tecnologia para este fim. E seu comércio, está preparado para acompanhar esta tendência?



Uma loja altamente sedutora

É inevitável não comprar! Ambiente agradável, aroma, iluminação e sonorização envolvente. Vendedores altamente preparados. O produto certo e disponibilidade imediata. Estratégias tecnológicas e humanas em cada canto da loja. É assim a loja da Abercrombie & Fitch, em New York. Um modelo muito interessante para o lojista que deseja inovar para aumentar suas vendas. Acesse o Canal YouTube da EAC e veja um trailer do funcionamento da loja. <http://www.youtube.com/user/eacsoftwareoficial>