Utilize os dados
a favor do
seu negócio!
Saiba como uma Plataforma Analítica pode auxiliar
(e muito!) empresas do setor de bens de consumo
a tomarem decisões mais assertivas.
Programmer's®
Beyond IT

Introdução

Você, profissional que atua no segmento de bens de consumo, seja na área Comercial, de Inteligência de Mercado ou de Marketing, certamente se baseia em diversas informações, tanto internas como externas – demandas, resultados e tendências – para tomar decisões e, então, desenvolver e colocar grandes planos e estratégias em prática, não é mesmo? E, como um bom apreciador ou já usuário da cultura *data driven*, primeiramente analisa os resultados comprovados, certo?

Neste sentido, já pensou nos benefícios de uma plataforma que centraliza e padroniza dados confiáveis – apontando as devidas variações – dos produtos que sua empresa oferece, inclusive cruzando-os aos dos concorrentes e também às necessidades atuais e futuras do mercado, com foco nos consumidores e distribuidores? E o melhor: tudo isso em um único lugar!

Sim, estamos falando de uma Plataforma Analítica. Com ela é possível ter acesso rápido aos principais indicadores de sucesso do seu negócio, uma vez que, a partir de *dashboards*, relatórios completos e indicadores de desempenho, você pode passar a ter uma visão completa e monitorar de ponta a ponta a venda do seu distribuidor para o consumidor final, processo também chamado de *sell-out*.

Embora esse ambiente de dados seja interessante aos segmentos variados, ele é fundamental para evidenciar empresas que atuam com bens de consumo – alimentos, bebidas, cosméticos, linha *pet*, produtos de higiene pessoal e da casa etc. Lembre-se: ter informações atualizadas sobre experiência de compra e necessidades de cada perfil de consumidor, distribuidor e ponto de venda (PDV) possibilita analisar o cenário para, então, deixar as ofertas mais assertivas a todos esses públicos.

Quer saber mais a respeito? Neste *e-book*, vamos te ajudar a entender mais sobre o universo de uma Plataforma Analítica e como ela pode auxiliar o seu negócio frente ao mercado atual.

Boa leitura!

Índice

Já fez essas perguntas ou se deparou com alguma dessas situações? 06

Um mundo de dados (e benefícios!) para o setor de bens de consumo 08

Plataforma Analítica: saiba, exatamente, do que se trata! 11

Como implantar a Plataforma Analítica em um determinado negócio? 13

Cenários negativos de negócios tornam-se positivos graças à análise de dados 15

Sobre a Programmer's 17

Capítulo 1

Já fez essas perguntas ou se deparou com alguma dessas situações?

Tem dificuldade em conhecer o comportamento dos consumidores em relação aos seus produtos e também aos dos concorrentes? Gostaria de ter informações mais assertivas para manter a competitividade e, até mesmo, a liderança no segmento em que atua?

Conhece, realmente, o seu público-alvo? Onde ele está? Pelo que se interessa? Se é fiel à marca ou a troca quando se depara com promoções realizadas por outras?

Sabe por quanto os distribuidores estão vendendo os itens que sua empresa produz? Ou, ainda, por quanto os PDVs estão oferecendo ao público final? E mais: quais são os volumes comercializados em cada localidade? E o que cada região está provendo aos consumidores?

E não para por aí: você imagina quais são as composições dessas vendas? Ou se os concorrentes estão faturando mais? Quanto precisa investir em cada um de seus produtos e de que maneira?

Conhecer, de fato, o consumidor, a partir de suas características e seus comportamentos, possibilita direcionar melhor o produto: para o local certo, no tempo ideal, com valor competitivo, entre outros atrativos necessários.

Uma vez que atua no setor de bens de consumo, você já tem o costume de analisar tais dados. Porém, provavelmente se depara, diariamente, com o desafio de reunir todas as informações das quais precisa em um único lugar e com alta qualidade – de maneira padronizada e sem repetições.

Se você tem feito esses e muitos outros questionamentos relacionados, saiba que existem respostas para todos eles, e que pode obtê-las de forma prática e confiável.

Capítulo 2

Um mundo de dados (e benefícios!) para o setor de bens de consumo

Sim, ter uma Plataforma Analítica é fundamental para empresas que atuam com bens de consumo, caso queiram se destacar no mercado e estar à frente dos concorrentes. Para os segmentos de alimentos, bebidas, cosméticos, linha *pet*, produtos de higiene pessoal e da casa, por exemplo, ter informações atualizadas sobre experiência de compra e necessidades de cada perfil de consumidor, distribuidor e PDV possibilita analisar o cenário para, então, deixar as ofertas mais atraentes a todos esses públicos.

Embora esses sejam setores que atuam com necessidades básicas – e não substituíveis – das pessoas, também são muitos os concorrentes. Nesse sentido, oferecer itens personalizados para cada tipo de consumidor, de acordo com seu gosto, poder aquisitivo, localidade onde vive, até mesmo antecipando-se às suas preferências de consumo e experiências desejadas, possibilita uma interação mais próxima e a consequente fidelização.

Um dado interessante, apresentado no Indicador **IPEA Mensal de Consumo Aparente de Bens Industriais**, confirmou ainda mais a força dessa categoria no cenário econômico brasileiro, ao revelar que a demanda do mercado de bens de consumo duráveis **avançou 12% no terceiro trimestre de 2020**. E, por se tratar de itens necessários ao dia a dia de todas as pessoas, diante da pandemia da covid-19 os estabelecimentos passaram a entregar nos formatos *delivery* e *drive-thru*. Sim, a crise acelerou ainda mais o processo de digitalização no Brasil e a tendência é de que continue assim.

www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/201104_nota_11_cabi_2.pdf

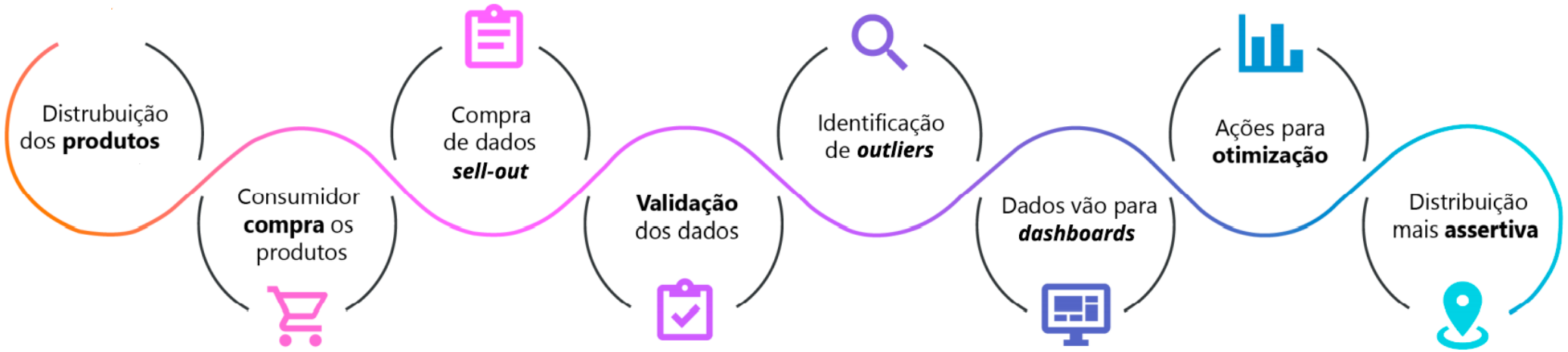
Programmer's
Beyond IT

Por meio de uma Plataforma Analítica é possível ter acesso à inteligência de mercado, uma vez que proporciona a conexão e o cruzamento de dados de desempenho de seus produtos ao consumidor final. Tais informações fornecem *insights* para tomadas de decisão mais assertivas, com o objetivo de aumentar as vendas, fidelizar o público, ampliar a participação e aumentar o giro de estoque. Entre eles, destacam-se:

- **Entendimento da performance de um produto ou, até mesmo, de uma determinada linha.**
- **Reconhecimento e compreensão do comportamento do público-alvo, a fim de atender, rapidamente, suas necessidades.**
- **Análise da concorrência.**
- **Comparação da participação no mercado em relação à concorrência (*MKT Share*).**
- **Identificação de novos PDVs e melhor distribuição naqueles que já são parceiros.**
- **Informações sobre tendências e perspectivas para o futuro.**
- **Necessidade de lançamento de um novo item.**
- **Carência de nova embalagem para um produto já existente.**
- **Descontinuidade de alguma mercadoria.**
- **Precificação e gestão de pedidos mais assertivas.**
- **Previsão de investimentos, gastos, vendas, sazonalidade etc.**
- **Aumento de competitividade e giro nos estoques.**
- **Saber o que está acontecendo no mercado.**
- **Redução de desperdícios.**
- **Criação de estratégias personalizadas (campanhas, *trade marketing* etc) e direcionadas aos consumidores finais.**

Vale pontuar que no setor de bens de consumo a prática do *sell-in* – ou seja, a análise de indicadores de vendas para as redes de distribuição – é muito praticada, até mesmo por ser de fácil obtenção e entendimento. Enquanto a execução do *sell-out* – que é a compreensão da performance de cada produto frente ao consumidor final – ainda precisa ser mais explorada e utilizada como base para o negócio, o que ainda não é por conta da dificuldade frente ao grande volume de dados gerados, provenientes de vários distribuidores e com formatos diferentes.

Neste sentido, é um grande desafio ter uma visualização limitada do todo. E é aí que entra a tecnologia como aliada do negócio: por meio da Plataforma Analítica é possível integrar diferentes bases de dados, de diversos sistemas, e ter uma visão mais completa do ciclo de vida dos produtos.



Capítulo 3

Plataforma Analítica: saiba, exatamente, do que se trata!

Um ambiente único – uma vez que integra várias ferramentas –, cujos componentes possibilitam armazenamento, transformação, preparação e consumo de grandes volumes de dados, para que sejam analisados antes de qualquer tomada de decisão.

A Plataforma Analítica – com sua velocidade, variedade e volume de informação –, quando utilizada no setor de bens de consumo, pode monitorar o ciclo de um determinado produto (ou de uma linha) de ponta a ponta, assim como tudo o que o envolve, como o comportamento, a concorrência e as tendências do mercado. Além disso, cruza tais referências às estratégias da organização, de forma totalmente personalizada.

Vale destacar, ainda, que esta solução viabiliza análises a partir de diversas perspectivas, dimensões e profundidades, com o objetivo de gerar ainda mais valor ao negócio.

E mais: propicia ir além de um ambiente de dados históricos, já que pode utilizar a Inteligência Artificial (IA) e a *Machine Learning*, garantindo a confiabilidade. Mais adiante, neste *e-book*, explicaremos melhor.

Como ganhos técnicos da Plataforma Analítica, podemos citar:

- Processos 100% automatizados.
- Melhor visualização, de forma mais rápida, confiável e organizada.
- Padronização, o que auxilia os usuários a criarem suas próprias análises e gera muitos *insights*.
- Armazenamento de qualquer tipo de dado em um único local, sendo ele: estruturado (*tables*), semiestruturado (json) ou não estruturado (imagem). Além disso, são evitados silos de dados na empresa, entre *data marts* e *data warehouses*.
- Democratização das informações, possibilitando o empoderamento dos usuários e tornando-os aptos a tomarem decisões baseadas em dados (*data driven*). Aqui estamos falando de governança e segurança.
- Possibilidade de criação de um ambiente *sandbox* para experimentos de ciência de dados, ingestão de novas informações e análises de negócio.
- Geração de catálogo de dados, o qual ajuda a cadastrar cada assunto no ambiente facilitado.
- Busca pelo entendimento, o que ajuda a evitar que *data lake* do ambiente se torne um *data swamp* (pântano de dados).

Capítulo 4

Como implantar a Plataforma Analítica em um determinado negócio?

Customização é um dos pré-requisitos para a implantação de uma boa Plataforma Analítica. O primeiro passo é entender o negócio, assim como suas necessidades e expectativas. E, claro, o mercado do qual faz parte, público-alvo e concorrentes.

Com tais informações em mãos, torna-se possível desenhar o modelo ideal de ambiente de dados para a empresa, inclusive apontando as tecnologias a serem utilizadas e construindo materiais de apoio como, por exemplo, as boas práticas de governança e um portal que centralizará essa e todas as demais referências ligadas à Plataforma.

A implementação pode ser:

- **Parcial:** conectando os sistemas já utilizados pela companhia à Plataforma.
- **Gradual:** migrando, aos poucos, os dados de algumas fontes já existentes ao novo ambiente.
- **Total:** implantando a Plataforma do zero ou substituindo todos os silos de dados vigentes na organização.

A última opção é a ideal, para que a Plataforma Analítica seja o centro de informação de toda a empresa. Logicamente, é preciso levar em consideração o cenário atual da organização.

Em relação ao período de execução, depende de cada caso. No geral, leva-se de 3 a 6 meses para obter a primeira versão. Trata-se de um processo em evolução contínua, atualizável com novos dados e novas funcionalidades.

Lembrando que o desenvolvimento contempla algumas etapas: desde entender quais são as perguntas que poderão ser respondidas a partir dos dados e como adquiri-los, passando pela construção tecnológica, até o auxílio na inteligência do negócio. Trata-se de um processo de ponta a ponta, que pode ser otimizado com o auxílio de empresas especializadas no assunto.

A Programmer's é uma delas: conta com um time técnico experiente na implementação desse tipo de tecnologia, oferece consultoria com expertise de muitos anos de conhecimento e aplicação. Se você quer entender melhor sobre esse assunto, conte conosco. Estamos aqui para ajudar. Entre em contato!

Capítulo 5

Cenários negativos de negócios tornam-se positivos graças à análise de dados

Imagine que você precisa aumentar as vendas de um determinado produto e, então, resolve mudar a embalagem. Porém, o retorno não é o esperado. Por que a estratégia não deu certo? Ou foi o seu concorrente que reduziu o preço do item similar? Ou, ainda, o fato de que a sua mercadoria estava em uma gôndola com posição desfavorável?

Sim, podem ser inúmeros os fatores. E você vai saber a resposta somente ao se basear em dados, analisá-los e, a partir disso, definir um novo plano, muito mais assertivo.

Pense, agora: você deseja investir em *trade marketing* nos PDVs, porém não sabe o quanto essa ação pode impactar na receita. Se considerar apenas as variáveis "capital a ser aplicado" e "faturamento", certamente não terá bons resultados. Isso porque são vários os elementos a serem explorados para que o cálculo seja bem executado.

É neste momento que precisará reunir dados diversos, referentes tanto à história de venda do produto em questão como sobre os concorrentes. Dessa maneira, poderá prever os possíveis impactos e retornos, a fim de tomar uma decisão sobre quanto investir e por quanto tempo. E é aqui que entra a mágica da junção da Plataforma Analítica com a Ciência de Dados.

E vamos refletir: suponha que você atua na indústria *pet* e tem a notícia de que a ração *premium* do concorrente está vendendo muito mais do que a sua em uma reconhecida rede de *petshop*. O que faria diante de tal situação?

Pois bem: ao receber essa comunicação, você cria uma estratégia contemplando o sorteio de brindes àqueles que optam por seus itens. Como resultado, reverte o caso, aumenta os lucros e se coloca à frente do competidor em questão.

São muitos os fatores que podem influenciar! Por isso é preciso ter certeza de que suas métricas estão sendo utilizadas da melhor maneira, considerando todas as variáveis essenciais ao negócio. Para se antecipar é preciso, sim, centralizar informações, unificando ferramentas e dados para que possam conversar de forma padronizada e qualificada.

Esses são apenas alguns de vários exemplos que circulam no segmento. Algumas formas de obtenção de dados são: o repasse de informações por distribuidores e mercado varejista no momento de uma negociação relacionada a uma nova campanha ou ação comercial, a compra dos mesmos, a utilização de aplicativos que geram desconto a cada nova compra ou pontos a serem trocados por itens específicos.

Lembre-se: muitas ideias e planos podem surgir a partir de dados inseridos na Plataforma Analítica implantada em sua empresa!

Sobre a Programmer’s

A Programmer’s é uma empresa que desenvolve soluções de negócio e oferece inovação, tecnologia especializada em desenvolvimento e inteligência de dados. Há 30 anos, auxilia grandes marcas em sua transformação digital, acumulando expertise no desenvolvimento ágil por meio de tecnologias avançadas, como *Big Data*, *Machine Learning*, Inteligência Artificial, *Analytics*, *Cloud Computing*, entre outras.

Comprometida com a qualidade da entrega de inovação que agregue valor, consolida parcerias com clientes nos mercados nacional e internacional. Hoje atua na transformação digital de empresas do Brasil, dos EUA, da Itália, do Japão e de Portugal.

Programmer's®
Beyond IT

www.programmers.com.br

linkedin.com/company/programmersbeyondit

@programmers_beyond_it

comercial@programmers.com.br