

EXPERIÊNCIAS DE LOJAS MODERNAS

Vendas fluidas

Atenda aos consumidores omnichannel com opções integradas de pedido, checkout e pagamento sempre convenientes, aumentando assim as vendas e a fidelidade dos clientes.

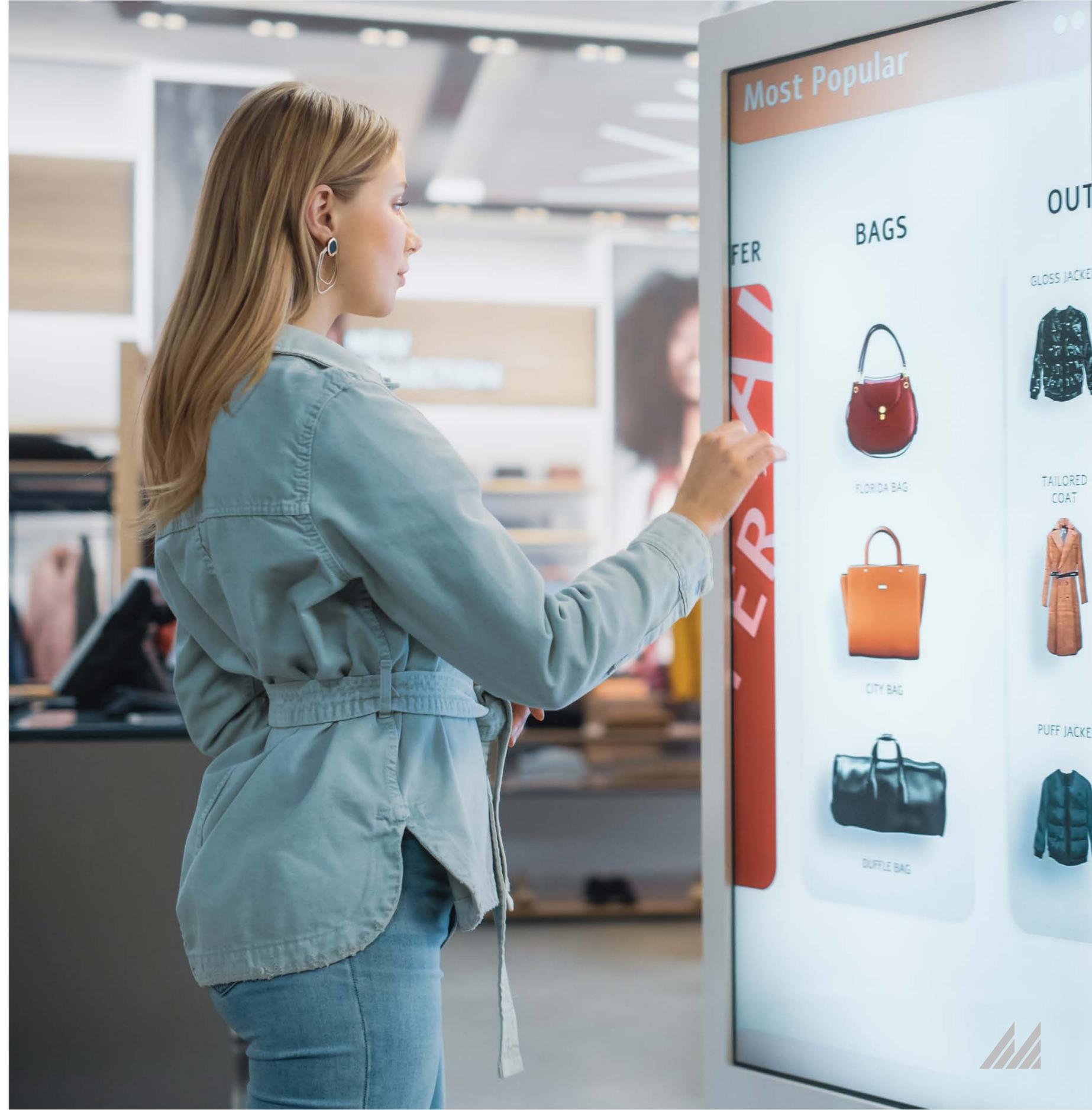
 **Manhattan**



O que compõe a loja moderna

Hoje, o varejo físico evoluiu além da simples venda de produtos. As lojas modernas agora oferecem serviços personalizados e omnichannel que atendem a todas as necessidades dos consumidores atuais, tornando suas experiências mais convenientes e memoráveis.

A loja moderna deve ser capaz de unir vendas, atendimento personalizado e fulfillment, além de analisar o desempenho e capacitar os colaboradores para oferecer um serviço excepcional.

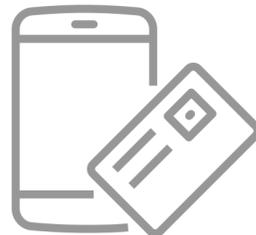


Cinco elementos das experiências de lojas modernas



Colaboradores empoderados

Empodere os colaboradores da loja para organizar experiências modernas, permitindo que ofereçam serviços e suporte significativos que encantam os consumidores atuais.



Vendas fluidas

Atenda aos consumidores omnichannel com estoque flexível, opções de pedido, checkout e pagamento convenientes, aumentando assim as vendas e a fidelidade dos clientes.



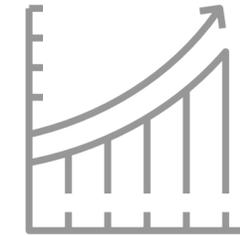
Atendimento personalizado

Ofereça experiências de compra imersivas e personalizadas por meio de consultoria especializada e atenção individualizada, diferenciando a marca do varejista.



Fulfillment de loja otimizado

Ofereça retirada de pedidos na loja e envio confiáveis, escaláveis e lucrativos, atendendo à demanda dos consumidores por imediatismo.



Insights valiosos de desempenho

Priorize a melhoria contínua usando insights robustos de vendas, operações e comparações para impulsionar mudanças significativas.



A loja moderna é integrada

Os consumidores atuais querem conveniência omnichannel nas lojas

Os consumidores modernos esperam conveniência em sua experiência de compra. Eles desejam atender a todas as suas necessidades em um único lugar, seja online ou na loja física. A venda fluida, sem interrupções é essencial para criar um processo de compra sem atritos, algo que os clientes valorizam. Essa estratégia, por sua vez, aumenta o fluxo de visitantes e as vendas para os varejistas modernos.

A venda sem interrupções sempre atende às necessidades do consumidor moderno, oferecendo total suporte para compras omnichannel na loja. Mesmo que um item não esteja disponível para retirada imediata, o cliente pode comprá-lo e escolher como deseja recebê-lo, como o envio para sua casa. O checkout é otimizado para compras omnichannel, permitindo a conclusão de carrinhos mistos, com itens disponíveis para retirada imediata e outros para fulfillment no futuro. Todos os passos e detalhes necessários do checkout são simplificados em uma única transação. Na hora do pagamento, a venda sem interrupções oferece diversas opções, tornando o checkout ainda mais conveniente.

Recomendações para implementar a venda sem interrupções em lojas modernas

As lojas modernas podem melhorar a conveniência para os clientes, aumentar o fluxo de visitantes e impulsionar as vendas adotando as seguintes técnicas essenciais de venda sem interrupções:

- › Empodere os colaboradores para concluir vendas em qualquer lugar da loja.
- › Posicione os colaboradores como especialistas em vendas omnichannel, com a capacidade de localizar e vender itens de qualquer fonte de estoque.
- › Implemente um checkout unificado e simplificado para compras omnichannel.
- › Ofereça aos clientes opções flexíveis de pagamento, incluindo métodos de pagamento de próxima geração.



Empodere os colaboradores para concluir vendas em qualquer lugar da loja

Os consumidores de hoje estão cada vez mais impacientes, e muitos deixam a loja sem comprar nada se precisarem esperar em uma longa fila de checkout. Essa inconveniência pode criar uma experiência negativa e desencorajá-los a retornar no futuro. No entanto, o uso de dispositivos móveis nas lojas pode melhorar significativamente a experiência do cliente.

Ao equipar os colaboradores com dispositivos móveis que possuem ferramentas como o ponto de venda móvel, eles podem atender às necessidades dos clientes de forma rápida e eficiente. Essa capacidade torna a experiência de compra muito mais ágil e conveniente.

Uma característica essencial dessas soluções móveis é uma interface de usuário consistente entre dispositivos fixos e móveis. Uma interface unificada cria um ambiente de trabalho familiar para os colaboradores, melhorando sua produtividade e capacidade de resposta. Quando os colaboradores trabalham de forma mais eficiente, as lojas conseguem atender melhor à demanda dos consumidores modernos por rapidez e conveniência.

Resultados

Maior conveniência para o cliente: Os colaboradores podem usar dispositivos móveis para processar o checkout dos clientes em qualquer lugar da loja, reduzindo o tempo de espera e melhorando a conveniência para o cliente.

Melhora na capacidade de resposta às necessidades dos clientes: Os colaboradores podem acessar dados em tempo real sobre clientes, produtos, promoções e estoque em qualquer lugar da loja, o que permite responder rapidamente às perguntas dos clientes, fazer recomendações informadas e concluir as vendas.

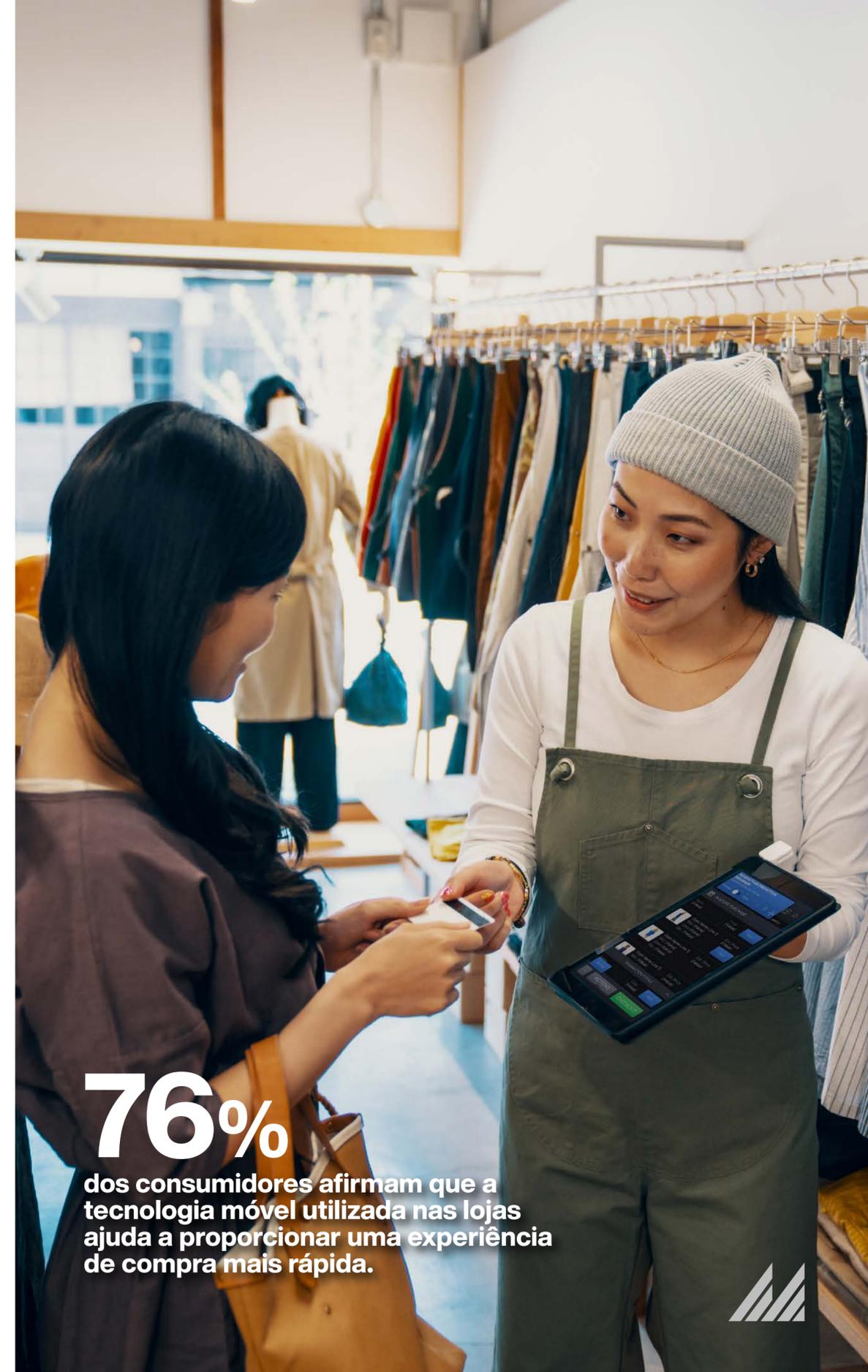
Aumento da produtividade: As soluções móveis para colaboradores de loja podem simplificar várias tarefas, como o checkout, aumentando a produtividade e a eficiência, permitindo que os colaboradores se concentrem mais no atendimento ao cliente.

68%

dos consumidores dizem que deixariam a fila do checkout antes de ser a sua vez, caso a fila seja muito longa.

76%

dos consumidores afirmam que a tecnologia móvel utilizada nas lojas ajuda a proporcionar uma experiência de compra mais rápida.



Vendas fluidas

Posicione os colaboradores como especialistas em vendas omnichannel, com a capacidade de encontrar e vender itens de qualquer fonte de estoque

Os consumidores modernos têm grandes expectativas em relação à experiência de compra nas lojas físicas. O crescimento das compras digitais influenciou essas expectativas, fazendo com que os consumidores hoje estejam menos acostumados a um estoque limitado. Eles esperam que os itens estejam disponíveis nas lojas físicas assim como estão normalmente nas lojas online.

Para atender a essas expectativas e oferecer uma gama mais ampla de produtos, as lojas modernas precisam ser capazes de vender e fazer pedidos a partir da rede global de estoque do varejista. Essa capacidade ajudará os varejistas a aumentar a receita e salvar vendas, garantindo alta disponibilidade de estoque. Para alcançar isso, as lojas modernas devem capacitar os colaboradores como especialistas em vendas omnichannel, com ferramentas para localizar, cotar e vender a partir do estoque global do varejista, incluindo lojas alternativas, centros de distribuição, fornecedores e mais.

Uma vez que o estoque é localizado, os sistemas de ponto de venda das lojas modernas devem permitir que os colaboradores finalizem rapidamente o checkout dos clientes para itens disponíveis para retirada imediata ou itens solicitados para fulfillment a partir da rede global de estoque. Essa capacidade, comumente chamada de “corredor infinito”, só será bem-sucedida se os varejistas fornecerem visibilidade precisa do estoque global para as lojas e todos os canais de venda.

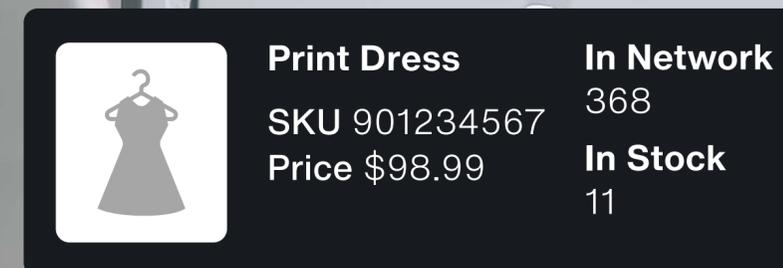
Resultados

Redução de vendas perdidas devido à falta de estoque: Ao oferecer aos clientes uma maneira de comprar um item que está fora de estoque na loja, os varejistas podem salvar a venda e evitar perder receita devido a vendas não realizadas.

Maior satisfação e fidelidade do cliente: Os varejistas podem evitar que os clientes troquem de loja, garantindo que eles sempre encontrem os produtos de que precisam, mesmo quando a loja está sem estoque.

Maior receita através da oferta de uma variedade mais ampla: Ao percorrer um corredor em uma loja, os clientes veem apenas o que está disponível naquele local. Adicionar a capacidade de vender um “corredor infinito” permite que os varejistas recomendem itens que não estão necessariamente disponíveis na loja. A venda de corredor infinito em lojas modernas oferece novas oportunidades de receita para os varejistas, com cross-selling e upselling.

32% dos consumidores que encontram itens fora de estoque trocam de varejista.



Print Dress In Network
368
SKU 901234567
Price \$98.99 In Stock
11

Select color

 Orange

Select size

[ADD TO...](#)

70%

dos varejistas têm uma indicação precisa do estoque em seus negócios apenas 70% do tempo.

Vendas fluidas

Implemente uma transação de checkout unificada e simplificada para compras omnichannel

A compra omnichannel nas lojas é uma maneira conveniente e flexível de atender às necessidades dos consumidores modernos. Ela permite que os clientes adquiram itens de diferentes pontos de fulfillment, incluindo retirada imediata, envio para o cliente e retirada em uma loja alternativa. Esse recurso permite que as lojas atendam consistentemente às necessidades dos clientes, independentemente da situação atual de estoque da loja.

Embora a capacidade de comprar múltiplos produtos com diferentes tipos de fulfillment melhore a satisfação do cliente e as vendas do varejista, também há o risco de prejudicar a experiência do cliente. Finalizar um checkout para carrinhos de compras com fulfillment misto pode ser complicado e demorado, exigindo várias etapas para que o colaborador conclua. Filas longas no checkout podem fazer com que os clientes abandonem suas compras e deixem a loja.

Um checkout projetado para compras omnichannel é necessário para evitar a complexidade e melhorar a experiência do cliente. Essa capacidade vital permite que os clientes comprem, paguem e personalizem itens para retirada imediata ou fulfillment futuro em uma única transação otimizada para omnichannel. O checkout omnichannel orienta os colaboradores da loja por todas as etapas necessárias para iniciar e finalizar o checkout de carrinhos de compras com fulfillment misto com facilidade, seja no caixa ou por meio de dispositivos móveis.

66% dos consumidores fariam compras em varejistas que oferecessem uma experiência omnichannel, mas **35,6%** deixariam uma marca com uma experiência de compra omnichannel ruim.

Resultados

Aumento das vendas: O checkout otimizado para vendas omnichannel pode levar a carrinhos de compras maiores (em termos de receita) e taxas de conversão mais altas, quando os clientes podem concluir rapidamente todas as suas necessidades de compra na loja, mesmo quando os itens são entregues posteriormente por envio ou retirada na loja.

Maior fidelidade do cliente: Oferecer uma experiência de compra consistente e conveniente pode melhorar a satisfação e a fidelidade do cliente. Os consumidores têm mais chances de retornar a lojas que oferecem uma experiência omnichannel amigável.

Redução dos custos operacionais da loja: O checkout otimizado para transações omnichannel pode reduzir o tempo e o esforço dos colaboradores da loja para concluir as vendas. Ao eliminar a necessidade de criar um carrinho para cada tipo de fulfillment e processar múltiplas transações de checkout, o processo se torna mais eficiente, diminuindo as necessidades de recursos para gerenciar compras omnichannel.

40%

dos consumidores afirmam que o checkout é a área número 1 em que os varejistas devem focar para melhorar a experiência na loja.

ORDER DETAILS

Order **202311202306900**
Created **April 23, 2024 3:55pm**

Reprint Receipt Return

IN-STORE PURCHASE 1 item



Taupe Move Live Graphic Tee
NRF24104M
M | Taupe

STORE PICKUP 1 item



Green Move Live Graphic Tee
NRF24106M
M | Green

SHIP TO ADDRESS 1 item

1500 Broadway, New York, NY 10036-4015



Light Blue Move Live Graphic Tee
NRF24103M
M | Light Blue

Ofereça aos clientes opções flexíveis de pagamento, incluindo métodos de pagamento de última geração

Os consumidores modernos preferem fortemente opções de pagamento flexíveis para concluir suas compras.

Varejistas que não oferecem o método de pagamento preferido do cliente correm o risco de perder vendas. Por isso, é essencial disponibilizar opções de pagamento que atendam às expectativas de conveniência e facilidade dos consumidores.

Ao oferecer métodos de pagamento alternativos populares, como carteiras digitais e pagamentos por aproximação, as lojas físicas podem atrair mais clientes e aumentar suas chances de conversão.

Os sistemas de ponto de venda das lojas modernas devem consolidar métodos de pagamento tradicionais e de última geração em um único processo de checkout, proporcionando flexibilidade e rapidez para os clientes. Gerenciar múltiplos portais de pagamento para diferentes métodos não é uma opção viável para os colaboradores, que precisam atender às expectativas dos consumidores por velocidade e conveniência no checkout.

As lojas que mantêm seus clientes satisfeitos ao oferecer seu método de pagamento preferido têm mais chances de incentivar a fidelidade e as compras recorrentes. Por isso, é essencial que as lojas disponibilizem opções de pagamento flexíveis para atender às expectativas dos consumidores modernos e aumentar sua relevância para a próxima geração de clientes.

Resultados

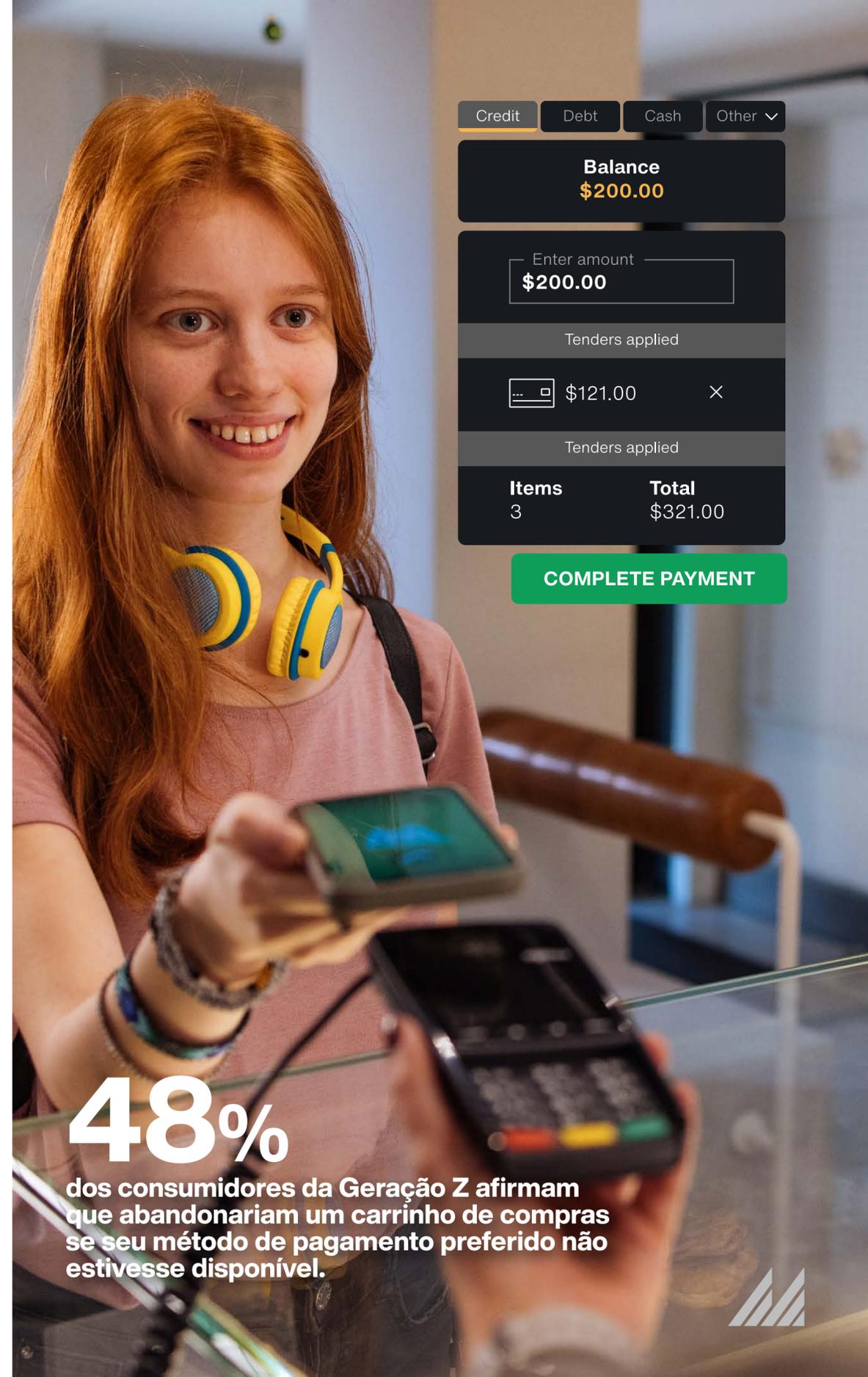
Experiência do cliente aprimorada: Métodos de pagamento flexíveis oferecem conveniência e opções aos clientes, melhorando sua experiência de compra como um todo. Um processo de pagamento sem atritos contribui para uma experiência positiva, acelerando o tempo de checkout.

Redução de vendas abandonadas: No varejo físico, pagamentos flexíveis podem diminuir a incidência de vendas abandonadas, já que os clientes têm menos chances de desistir da compra devido a restrições de pagamento.

Atrair a nova geração de consumidores para as lojas: Opções de pagamento flexíveis podem atrair novos clientes, especialmente aqueles que buscam métodos de pagamento digitais na loja, como carteiras móveis.

63%

dos consumidores têm mais chances de comprar com varejistas que oferecem seus métodos de pagamento preferidos.



Credit	Debt	Cash	Other
Balance			
\$200.00			
Enter amount			
\$200.00			
Tenders applied			
...	\$121.00	X	
Tenders applied			
Items	Total		
3	\$321.00		
COMPLETE PAYMENT			

48%

dos consumidores da Geração Z afirmam que abandonariam um carrinho de compras se seu método de pagamento preferido não estivesse disponível.

Vender em lojas modernas é simples, oferecendo flexibilidade omnichannel e conveniência aos clientes

No cenário atual do varejo, é essencial que as lojas modernas atendam às necessidades dos consumidores omnichannel. Ao oferecer opções flexíveis de estoque, pedidos, checkout e pagamento, os varejistas podem proporcionar uma experiência de compra contínua e conveniente, aumentando as vendas e a fidelidade dos clientes.

71%

dos líderes do varejo focam na melhoria da velocidade do checkout nas lojas, abordando diretamente a principal causa do abandono de carrinho no varejo físico e criando uma oportunidade significativa de aumento de receita.

Fontes:

McKinsey

Retail Dive

All Things Retail

McKinsey Applause

Manhattan Associates

Cybersource

Oliver Wyman



Saiba como a Manhattan pode ajudar você
a implementar capacidades de vendas
fluidas em suas lojas:
manh.com/modern-stores-are-seamless