

RETALHO □	PRODUÇÃO □	SUPPLY CHAIN □	INSIGHTS □	CONFERÊNCIAS □	DH	INRETAIL	MASTERS
-----------	------------	----------------	------------	----------------	----	----------	---------

Transformação Digital

Digital veio mesmo para ficar e vai revolucionar tudo...

por Ana Rita Costa - 28 Setembro, 2016



Foi no passado dia 22 de setembro que se realizou, na Microsoft, em Lisboa, o 'Forum Digital Engagement', uma organização da GS1 que colocou em cima da mesa vários temas de relevo não só para os profissionais do setor do retalho, mas para todos os que enfrentam as transformações da era do digital.

João Couto, CEO da Microsoft Portugal, abriu a sessão, mostrando que não podemos ignorar a chamada *API Economy* e a forma como esta vai ser determinante para melhorar a experiência do consumidor em qualquer setor.

Já Miguel Barros, Presidente da Associação Portuguesa das Agências de Publicidade, Comunicação e Marketing (APAP) e CEO da Fuel focou a sua intervenção nos paradigmas da sociedade digital e mostrou

como estes estão a mudar a forma de comunicar. Segundo Miguel Barros, existe hoje uma enorme dificuldade em “definir na totalidade os consumidores digitais”, um problema global que afeta, sobretudo, *marketers* que têm que encontrar novas formas de comunicar com os seus públicos-alvo numa era em que os *bloguers* e os *youtubers* são os novos *influencers* e *opinion makers*.

Mas deixou um alerta, sobretudo para aqueles que operam no setor do retalho: é preciso encontrar um balanço entre a personalização que o consumidor tanto anseia e a privacidade. Para isso, **deu como exemplo o ‘caso Target’**, um episódio que causou alguns problemas à insígnia quando esta conseguiu descobrir que uma cliente estava grávida ainda antes que esta tivesse dado conta disso.

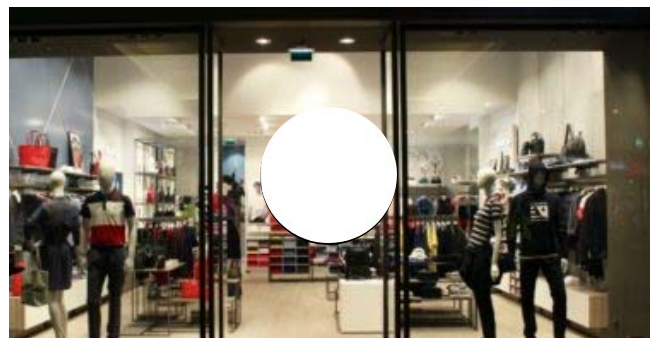
Nuno Azevedo, da GS1 Portugal, falou, por outro lado, da forma como o retalho tem vindo a evoluir no sentido do omnicanal e da necessidade de adaptação que isso veio criar para todos os intervenientes do setor.

Em 2015, o comércio elétrico cresceu em Portugal a uma média superior à do resto da União Europeia, sobretudo em segmentos como o vestuário e lifestyle. Para a empresa, uma das respostas criadas para esta ‘revolução’ foi o reforço de soluções móveis, com a segurança como “prioridade número um”. Nesse sentido, recentemente a GS1 apresentou a solução SmartSearch, um novo standard que pretende ajudar a manter a informação de produto visível na web, tanto em motores de busca e redes sociais, como em sites de retalhistas.

Já João Tedim, da Microsoft, partilhou com a audiência que acredita que hoje, “ter capacidade financeira para investir em tecnologia já não é, de todo, uma vantagem competitiva” para as empresas. De acordo com João Tedim, a única vantagem competitiva que hoje é realmente sólida para as empresas é a sua capacidade de prever o futuro.



Presidente da Coviran distinguido pela Câmara de Comércio Luso-Espanhola



Lacoste abre loja no NorteShopping

Notícias Relacionadas

Retalho

IKEA começa a recrutar para a loja do Algarve

Retalho

Continente prevê comprar 150 M€ de produtos...