

PÓS

NRF 2024

ACRJ

Luis Jairo de Souza Jr.





“ Para quem gosta de tecnologia, o varejo é um parque de diversões !”.

Desta forma, uma participação na NRF contribui de forma muito contundente para inspirar, desenvolver, materializar, tudo que o varejo precisa para continuar se transformando diariamente...

Tecnologia sempre em alta

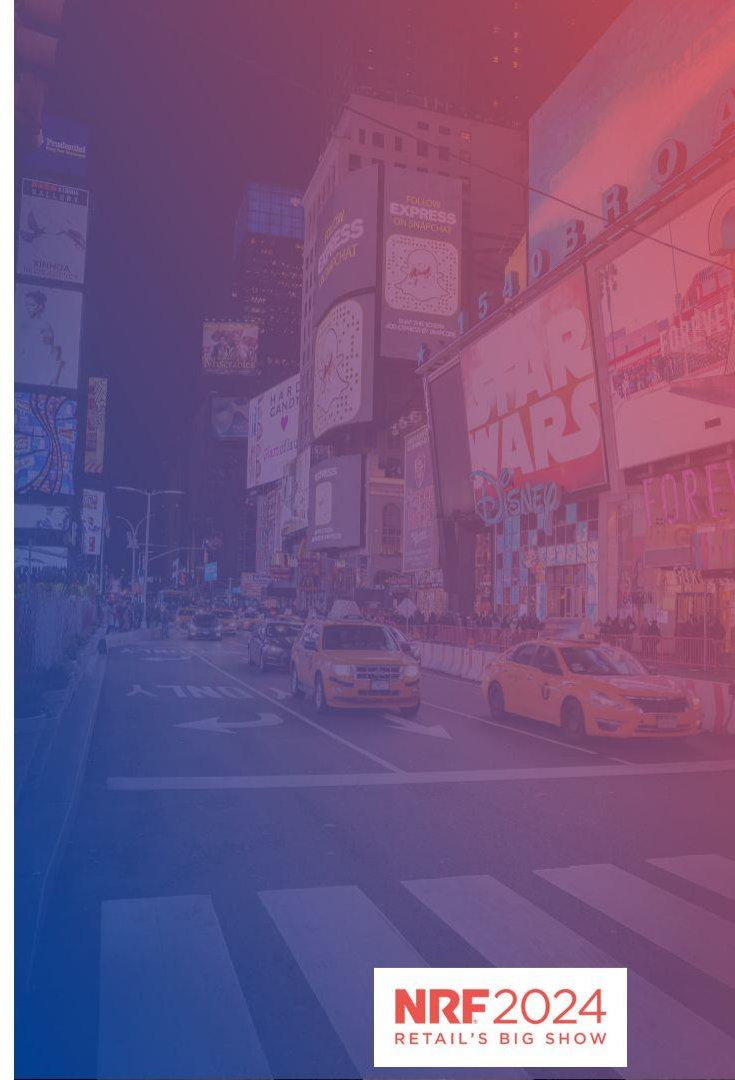
Os avanços tecnológicos para o varejo são um dos pilares da NRF, a cada ano surgem mais novidades e outras continuam na jornada de tendência para adoção definitiva pelo mercado.

Auto Atendimento

Sempre presente em nosso dia a dia, iniciado principalmente pelo setor bancário, esta tecnologia se consolidou muito rapidamente após a pandemia.

A área de adoção se diversificou, atingindo todas as verticais de varejo (alimentação, vestuário, farmacêutica).

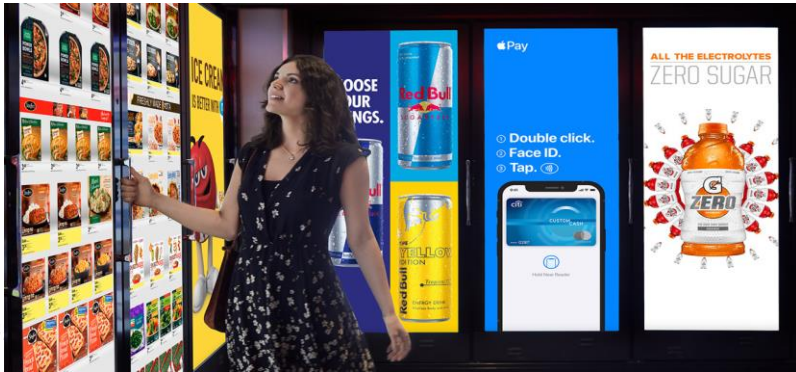
Os “self checkout” e “totem de atendimento” continuam evoluindo na mesma proporção em que são adotados pelas Empresas.



Retail Midia

É uma estratégia de publicidade que permite às marcas colocarem anúncios dentro de espaços de empresas varejistas, físicas ou online.

Ela tem sido considerada uma revolução nas estratégias de marketing das empresas.



Automatização

Processos repetitivos em operações diárias se tornaram os vilões nas Empresas, demandando aumento de quadro de funcionários.

Soluções de RPA integrados a ferramentas de IA contribuem de forma expressiva para a agilidade e assertividade nas operações.

Um lançamento no contas à receber pode ser facilmente automatizado.

Operação centralizada

Entre tantas soluções, a centralização de operações em lojas é uma realidade.

As liberações de cancelamentos de itens e cupons, descontos entre outros, são efetivadas a partir de uma central, contanto inclusive com ferramentas de auditoria e prevenção de perdas.

Os operações são acompanhadas em “tempo real”.



Luis Jairo | Grupo Alvorada

Conta comercial do WhatsApp

