

MANHATTAN ACTIVE™
OMNI



PUSH POSSIBLE™

PARA SEUS CLIENTES

NÃO DÊ AOS SEUS CLIENTES EXPERIÊNCIAS ÓTIMAS. DÊ A ELES EXPERIÊNCIAS PRÓPRIAS.

Os tipos de experiências que seus clientes desejam variam tanto quanto a personalidade deles. Talvez a ideia do cliente de uma ótima experiência seja um encontro íntimo e inesquecível com a sua marca. A recompensa para você vem em forma de mais negócios, pois sua equipe pode prever o que o cliente deseja e recomendar itens úteis com base no que ele comprou anteriormente.

Outro cliente pode procurar conveniência e estará sempre voltando porque você facilitou a vida dele. Servir a esses clientes exige uma abordagem bem coreografada, que unifique a loja com o site e ao aplicativo móvel, além de oferecer opções de atendimento, como a escolha entre retirar o item na loja no mesmo dia ou recebê-lo em casa. E não vamos nos esquecer do cliente que deseja entrar e sair da loja o mais rapidamente possível e não hesitará em ir embora se houver uma fila longa no caixa.

O pacote Manhattan Active™ Omni é o primeiro desse tipo, criado para o mundo omnichannel e construído para cumprir a promessa de experiência do cliente. Nascido na nuvem, o Manhattan Active Omni é um portfólio abrangente de soluções e serviços sempre atual e completamente ampliável.

Com o Manhattan Active Omni, derrubamos as fronteiras entre os canais. Os recursos agora são universais, disponíveis para qualquer membro da equipe, em qualquer local, a qualquer momento, com um único aplicativo. Precisa acompanhar em tempo real num tablet Android o desempenho de uma das suas lojas? Isso é possível. Deseja escolher uma forma de gerenciar o Twitter no seu computador com Windows para que o representante do centro de contatos possa monitorar oportunidades de comprometimento? É possível. Deseja pegar um dispositivo iOS e fazer venda cruzada para um cliente que veio pegar um produto na loja e também finalizar a venda dele? Isso também é possível.

O Manhattan Active Omni proporciona à equipe o comando de todos os aspectos das operações omnichannel – na sede, no centro de contatos ou na loja. Todos têm a mesma visão holística dos clientes e de suas transações, independentemente do canal, com gestão de caso integrada, monitoramento de mídias sociais e recursos de comunicação. Ferramentas de alta precisão para a visibilidade e disponibilidade do estoque por toda a empresa vão manter todos os tipos de cliente satisfeitos e os farão voltar a comprar. Recursos como ponto de venda, clienteling e ações de atendimento estão disponíveis como aplicativo móvel ou por meio de um navegador na web. E como nossas soluções Omni nascem na nuvem, você tem os recursos mais recentes assim que estão disponíveis, com escalonamento automatizado para pico de demanda, o que permite que você continue a inovar quando os concorrentes estão desligando os sistemas para as festas.





MANHATTAN ACTIVE™ OMNI

Tecnologia	5
Order Management	6
Enterprise Inventory & Available to Commerce	8
Adaptive Network Fulfillment	10
Contact Center	12
Customer Engagement	14
Point of Sale	16
Clienteling	16
Store Inventory & Fulfillment	18

“O sucesso da Manhattan com grandes varejistas omnichannel em várias geografias foi vital no nosso processo de seleção. A solução Enterprise Order Management marcará o compasso da nossa operação omnichannel, gerando conversões através de cada ponto de comércio e prolongando a relação com o cliente.”

– LACOSTE



MANHATTAN ACTIVE™ OMNI

DESENVOLVIDO PARA O VAREJISTA DE HOJE

O Manhattan Active Omni é a plataforma de compras tecnologicamente mais avançada já criada para o setor de varejo e, como seus clientes priorizam experiência, o preço e a velocidade, você não pode se dar ao luxo de gerir seu negócio com uma tecnologia criada antes que muitos desses clientes tivessem nascido.

CRIADO NA NUVEM E ESCALÁVEL PARA PROPORCIONAR A PROMESSA DO OMNICHANNEL COM LUCRATIVIDADE, O VAREJO MUDOU.

B2B, B2C, B2B2C..., os comerciantes estão lutando para se adaptar a uma realidade em que quase todo pedido tem influência digital, a entrega deve ser rápida e gratuita e as lojas devem fornecer recursos de atendimento, além de vendas e suporte ao cliente. Ser móvel não é mais um canal, mas a plataforma de compromisso com o cliente dominante em todos os canais. A capacidade de oferecer suporte à promessa do omnichannel para os clientes, com lucratividade, se tornou vital para os líderes do varejo e com boa razão.

Quase nenhuma das soluções que estão disponíveis para que os varejistas possam cumprir essa promessa com o cliente foi desenvolvida para o comércio unificado. Na realidade, a maioria dessas soluções está com um design defasado, do século passado, que foi desenvolvido numa época em que o envio a partir de quatro ou cinco centros de distribuição era considerado complexo. Elas são muito rígidas, usam estruturas de dados monolíticas e requerem amplo suporte manual para implantar configurações e atualizações para serem ampliadas. As interfaces não são rápidas nem consistentes e a maioria delas surgiu antes que a nuvem existisse.

As soluções Manhattan Active Omni criadas na nuvem e inteiramente com microsserviços têm o melhor design e processam os aprendizados do comércio de distribuição acumulados desde os últimos anos do século passado e os colocam numa única plataforma de aplicativos. Poderoso, moderno e escalável, o Manhattan Active Omni foi criado com uma finalidade específica para atender às demandas do varejista de omnichannel.

Trabalhamos incansavelmente para oferecer soluções que reduzem o risco de inovação para você. Por que você deveria precisar congelar seus sistemas cinco meses do ano? Por que você precisa gastar centenas de testes e retestes de ciclo para maximizar o desempenho do sistema para atender o pico da demanda? Por que treinar sua equipe em várias interfaces e sistemas para expor exatamente a mesma informação, só porque ela ocorre num canal diferente ou numa fase diferente da jornada de compra? Com o Manhattan Active Omni nada disso é necessário. Com o Manhattan Active Omni você não precisa de nada disso. O Manhattan Active Omni é a plataforma de compras tecnologicamente mais avançada já criada para o setor de varejo e, como seus clientes priorizam a experiência, o preço e a velocidade, você não pode se dar ao luxo de gerir seu negócio com uma tecnologia criada antes que muitos desses clientes tivessem nascido.

PROPORCIONA TODAS AS EXPERIÊNCIAS IMAGINÁVEIS

Desde o eventual observador de vitrine até o comprador moderno que combina compras virtuais e físicas, o pacote de soluções Manhattan Active Omni permite que você "Push Possible™" para proporcionar aos compradores as "experiências deles".

COMPONENTES DA SOLUÇÃO

ORDER MANAGEMENT

O Manhattan Active™ Omni proporciona a capacidade de gerenciar todo o ciclo de vida das transações dos clientes, independentemente de canal, na entrada ou na saída, no call center, no comércio virtual, nos mercados online, nos centros de distribuição, nas lojas, nos envios diretos, nos revendedores e muito mais. Os varejistas contam com o Enterprise Order Management para iniciar ou gerenciar todo o ciclo completo, de ponta a ponta, do pedido do cliente, da verificação inicial contra fraude até a liquidação do pagamento e a publicação das vendas. Com o Enterprise Order Management, todos os sistemas isolados que criam, interagem, leem ou reagem em relação aos seus clientes e as transações deles ficam interconectados. Isso proporciona uma única fonte de verdade para todos e para tudo o que está relacionado aos seus pedidos. Sistemas de comércio virtual, seus clientes, agentes de call center, líderes de atendimento e colaboradores de loja são expostos, de forma semelhante, a uma visualização em tempo real das transações e do estoque global. Dentro de um único sistema de registro para pedidos de clientes em todos os canais, marcas e geografias, os comerciantes podem melhorar, e muito, os recursos de omnichannel e a experiência do cliente.

Recursos e Funções

Orquestração

- Oferece suporte a pedidos de qualquer canal para uma única fonte de verdade
- Reduz a complexidade e o custo, com uma única arquitetura
- MACD (movimentação, adição, mudança ou exclusão) de pedidos em voo
- Rastreia marcos específicos para descobrir e resolver problemas de forma proativa
- Audita cada modificação durante o processo de ciclo de vida do pedido
- Oferece suporte para várias marcas, vários países e várias moedas
- Gerencia o ciclo de vida para todos os pedidos em todos os canais

Atendimento

- Oferece suporte para BOPIS, BORIS, envio para loja, envio da loja
- Oferece suporte a todo atendimento, como envio em domicílio, coleta na loja, envio da loja e entrega no mesmo dia em um único pedido
- Permite devoluções por qualquer canal com reembolsos automáticos
- Faz ajustes no estoque e gerencia os níveis de estoque da empresa, com base em códigos de disposição adequados

Interoperabilidade

- Aproveita soluções de pedido defasadas para maximizar os investimentos existentes com uma única visualização do pedido para o cliente
- Ativa recursos como pesquisa no histórico do cliente, salvar a venda e devoluções/trocas entre canais com amplos serviços REST
- Pré-integra cálculos de impostos com aplicativos de impostos de terceiros
- Pré-integra processamento de pagamento com gateways de terceiros

“Como nosso fornecimento é feito conforme nossa estratégia omni, a capacidade de atendimento do produto é vital. O OMS da Manhattan está nos ajudando a melhorar a visibilidade do nosso estoque de produtos, para que possamos entregar os produtos de forma mais eficiente e efetiva para os nossos clientes.”

– PETSMART





“OMNI” EM OMNICHANNEL

A SOLUÇÃO MAIS AVANÇADA QUE EXISTE PARA A ORGANIZAÇÃO E A OTIMIZAÇÃO DE PEDIDOS

Atender às expectativas do comprador requer uma abordagem unificada, desde a captura do pedido até a aceitação das devoluções por qualquer canal. Os clientes não devem precisar reduzir seus padrões de compra para atender à capacidade do varejista.

Com o Manhattan Enterprise Order Management, os varejistas podem ter controle e comando completos das transações, da visibilidade e da disponibilidade do estoque, além de organizar pedidos por toda a empresa – tudo em tempo real. Ao mesmo tempo, os varejistas podem valorar simultaneamente todas as opções de atendimento e o impacto do desempenho do produto, das implicações geográficas, dos custos financeiros, dos custos operacionais e da satisfação do cliente, para sempre escolher a opção mais lucrativa para cumprir a promessa do cliente.

A maioria das plataformas de pedidos que os varejistas costumam usar para cumprir a promessa para o cliente está com um design defasado, do século passado, que foi desenvolvido numa época em que o envio a partir de quatro ou cinco centros de distribuição era considerado complexo. Elas se tornaram rígidas, usam estruturas de dados monolíticas e requerem amplo suporte manual para implementar configurações e atualizações para serem ampliadas. As interfaces não têm capacidade de resposta rápida ou são inconsistentes e a maioria foi criada quando a nuvem ainda era apenas vapor d'água.

O Manhattan Enterprise Order Management fornece as ferramentas de que os varejistas precisam, em uma ampla variedade de modelos de implementação, para construir uma organização ágil, eficiente e completamente otimizada, mas ainda colaborativa, adaptada às realidades das compras de hoje.

ENTERPRISE INVENTORY & AVAILABLE TO COMMERCE

Quando se deparam com o desafio de atender a pedidos, os varejistas devem começar com a meta de ver um quadro completo de disponibilidade do produto na rede global. Com certeza, você não pode vender o que não pode ver, mas também não deverá sempre vender só o que pode ver. A visualização do estoque deve ser dinâmica, ajustada não apenas para o que queremos, mas também para onde estamos procurando, para quem está procurando, para quando precisamos e para o que precisamos fazer com o produto.

Se o cliente estiver interessado em serviços de valor agregado, como embalagem para presente ou entrega no dia seguinte, essas solicitações poderão afetar a disponibilidade. A loja mais próxima pode ter o item, mas não oferece os serviços solicitados, portanto esse estoque deverá ser removido da visualização do cliente. Considerar as restrições ao exibir a disponibilidade do estoque permite que os varejistas forneçam um quadro dinâmico e confiável do estoque para qualquer tipo de segmentação, incluindo regiões geográficas, lojas individuais ou, até mesmo, clientes específicos. Essas visualizações personalizadas do estoque proporcionam consistência para definir as expectativas pelo caminho de compra.

Para varejistas omnichannel que estão refinando sua distribuição unificada, no entanto, expor o estoque certo para o cliente certo não é o fim da história. A capacidade de cumprir a promessa com o cliente e maximizar as margens requer otimização inteligente para garantir que as remarcações e as ausências no estoque sejam minimizadas, que a equipe da loja e a capacidade de atendimento sejam maximizadas e que as promessas de entrega para o cliente sejam atendidas.

O Enterprise Inventory proporciona uma visualização eficiente e em tempo real do estoque permanente em todos os locais de atendimento da empresa, incluindo o estoque em trânsito, o encomendado e o atendido por terceiros. Ao agregar dados do estoque global em toda sua rede de atendimento, os varejistas maximizam as oportunidades de conversão por meio de todos os canais de venda. Conheça cada item da sua rede, o tempo todo.

Recursos e Funções

- Consulta todo o estoque disponível, em trânsito e encomendado no centro de distribuição, nas lojas e nos fornecedores em tempo real
- Disponibiliza qualquer estoque, inclusive o defeituoso, danificado ou outro
- Segmenta o estoque da loja em depósito, piso e mais
- Usa um evento padrão para publicar eventos de estoque e sincroniza as posições no estoque em toda a rede e em aplicativos externos em tempo real
- Virtualiza a divisão do estoque disponível em vários canais, mantendo um único ponto no centro de distribuição
- Usa uma única ordem de compra consolidada em todos os canais
- Gerencia o estoque encomendado e em trânsito por canal ou por uso

O Available to Commerce é um mecanismo avançado de regras que complementa o Enterprise Inventory, permitindo a definição e a reconfiguração rápida de visualizações ou cenários para combinar o cliente correto com as unidades certas dos estoques da rede. Essa visualização dinâmica pode considerar, simultaneamente, fatores como comercialização, logística, finanças, operações da loja e outras características definidas pelo usuário, para transformar a visibilidade do estoque em verdadeira disponibilidade, em tempo real.

Recursos e Funções

- Estabelece regras em torno da disponibilidade do estoque, com base em canal de venda, marca no varejo, método de entrega, sazonalidade, capacidade da loja, acessibilidade do estoque, disposição do estoque, regras de apresentação do estoque, níveis de segurança do estoque etc.
- Gerencia a disponibilidade durante restrições operacionais, como interrupções de atendimento e carga de trabalho da loja
- Ativa mudanças para visualizar qualquer estoque por meio de APIs baseadas em REST
- Entrega atualizações de disponibilidade de estoque em tempo real
- Protege os níveis de estoque da loja para agradar aos clientes de passagem
- Reserva e fornece datas de envio para pedidos em qualquer canal



ADAPTIVE NETWORK FULFILLMENT

O processo para planejamento de estoque e de atendimento tem sido consistente por quase um século. Anos de experiência e dados de profissionais habilidosos no atendimento elevou a ciência para mais uma arte, aperfeiçoada por anos de experiências consistentes.

Até agora.

Nos últimos cinco anos, a demanda do consumidor por entrega rápida e gratuita, a transformação da rede de lojas para nós de atividades de atendimento e as consequentes pressões sobre a margem tornaram a maior parte desse conhecimento obsoleto.

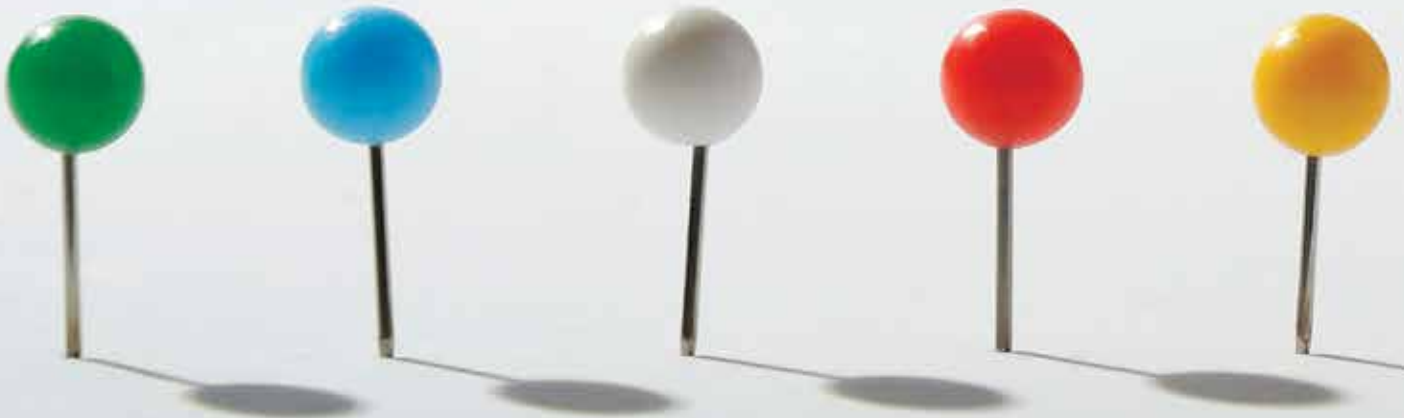
Os varejistas estão respondendo com iniciativas omnichannel e, para os que estão refinando sua distribuição unificada, expor o estoque certo para o cliente certo não é o fim da história. A capacidade de minimizar remarcações e ausências no estoque, minimizando, ao mesmo tempo o uso do estoque de devolução, equilibrada com desempenho histórico da loja, tráfego atual e carga de recursos, requer otimização inteligente em tempo real que vai além do que uma pessoa pode fazer sozinha.

O Adaptive Network Fulfillment (ANF) usa a otimização inteligente para avaliar grandes números de parâmetros em atendimento, transporte, lojas e clientes, em tempo real, para maximizar as margens e a lucratividade de pedidos com influência digital, mediante um impacto mínimo nas experiências de compra na loja e na mão de obra da loja.

O Adaptive Network Fulfillment é a peça final do quebra-cabeça do estoque para os varejistas de omnichannel, adicionando o processo de compras otimizado à visibilidade global do estoque e visualizações dinâmicas de disponibilidade para fazer promessas aos clientes que poderão ser cumpridas, com lucro.

E como as lojas estão prestes a se tornar um dos componentes mais vitais da rede de atendimento de um varejista omnichannel, as complexidades e as diferenças de usar uma loja, em oposição a um centro de distribuição para atendimento, devem ser consideradas. A loja requer avaliação de considerações adicionais, como desempenho histórico de atividades de atendimento, carga do pessoal, tráfego na loja e níveis de estoque.

A otimização do modo como as lojas são aproveitadas para atendimento abre a oportunidade para prazos de entrega mais rápidos, aproveitando a proximidade com o cliente e a utilização ideal do estoque para rentabilidade dos pedidos e comprometimentos de serviço. Os comerciantes conseguem expandir a capacidade de atendimento durante vendas, promoções e outros períodos de pico e aumentar as margens dos pedidos ao aproveitar estoques locais e/ou remarcações. Na realidade, os varejistas podem desfrutar de risco menor de situações de remarcação e de devolução, aproveitando os locais com níveis mais altos de suprimentos e maior satisfação do cliente, salvando uma venda potencialmente perdida, se um produto não estiver disponível em um centro de distribuição, mas estiver disponível em uma loja próxima.



Recursos e Funções

Otimização

- Define estratégias de otimização com base nos níveis de serviço, no envio gratuito, nos itens em promoção e nas classificações dos clientes
- Avalia várias valorações de atendimento de forma holística
- Converte cada valoração em custo de atendimento, incluindo envio/manuseio, capacidade, taxa de rejeição, níveis de estoque, dias de suprimento, preço de venda e proximidade do cliente
- Equilibra a carga de trabalho de atendimento entre as instalações
- Lida com as unidades em excesso e protege as últimas unidades da loja
- Aproveita taxas de rejeições históricas, precisão e carga de trabalho
- Envia de lojas com remarcações de preços, além dos custos de envio e de manuseio
- Usa incentivos ou impedimentos, com base em dados em tempo real, como estoque em excesso ou capacidade máxima de atendimento
- Prioriza o atendimento de instalações determinadas por volume, como centros de distribuição e lojas-âncora maiores

Entendimento e adaptação

- Visualização de cada decisão de atendimento, com divisão geral dos custos e parâmetros de decisão
- Consulta os detalhes de um único pedido ou o desempenho geral da rede em tempo real

Atendimento

- Encaminha pedidos e rastreia o status em tempo real para uma rede de centros de distribuição, lojas e fornecedores
- Oferece suporte a fluxos de atendimento complexos em trânsito de entrada para uma única entrega para o cliente
- Usa o envio direto ao fornecedor
- Trata faltas de atendimento, restrições de capacidade e proteção de estoque



CONTACT CENTER

A comodidade mais valiosa para a maioria das pessoas hoje não é o dinheiro, é o tempo.

1 - Seus clientes valorizam a qualidade do serviço e a conveniência mais que o preço e, como indústria, estamos lutando para oferecer experiências excepcionais. Setenta e dois por cento das empresas dizem que melhorar a experiência do cliente é sua principal prioridade e, ainda assim, as empresas estão perdendo mais de sessenta bilhões de dólares na mesa todo ano, devido a níveis de serviço deficientes.

2 - Um ótimo serviço ao cliente é entender o que causa a dor nos clientes e descobrir o remédio para curá-los. Quando a maioria dos pedidos recebem influência digital, os consumidores devem ter as respostas para perguntas como "Onde está meu pedido?" na ponta dos dedos. Mas, quando precisam de ajuda real, eles querem falar com você.

E aqui seus agentes de serviço precisam de ferramentas fáceis de usar e acesso aos dados das transações daquele cliente, para tornar essas interações simples e rápidas. Quando fazemos tudo certo, o centro de contatos cria oportunidades excelentes para proporcionar impressões duradouras aos clientes que nos procuram com perguntas complexas.

O **Contact Center** dá aos seus colaboradores de atendimento ao cliente as informações e os recursos necessários para criar experiências omnichannel duradouras, tudo na ponta dos dedos. Quando se trata de serviço, a forma de criar clientes fiéis é ajudando-os a resolver seus problemas de forma rápida e fácil – com o Manhattan Contact Center, você pode fazer isso.

Recursos e Funções

- Cria acesso fácil e rápido às transações mais recentes de um cliente originadas de qualquer canal
- Uma única visualização para oferta e demanda em todos os canais
- Reduz os tempos de chamada com dúvidas apresentando a maioria das informações solicitadas sobre os pedidos e devoluções disponíveis apenas com alguns cliques
- Captura as vendas com recursos robustos de pesquisa de item e de informações sobre o produto
- Oferece informações sobre preços, promoções, impostos e processamento de pagamento
- Permite modificações do cliente em qualquer atributo do pedido
- Monitora o acesso em várias funções de usuários para funções como conciliações, devoluções etc.
- Oferece consultas de status do pedido, devoluções e trocas dos clientes com console de autosserviço incorporado para comércio virtual
- Alterna entre pedidos, devoluções e trocas do cliente
- Oferece suporte a devoluções e trocas com diferença a ser paga ou não, em todos os canais
- Oferece suporte aos colaboradores, com opções para vários métodos de entrega, como envio para o endereço do cliente, coleta na loja e envio para a loja
- Aproveita o localizador da loja e a visibilidade do estoque no nível da loja
- Expande com uma UI flexível e facilmente expansível
- Maximiza investimentos defasados com arquitetura API RESTful
- Integra-se, de forma simples e direta, com o Customer Engagement para comunicação social e dados do cliente



CUSTOMER ENGAGEMENT

Os clientes acreditam que foi criado um relacionamento depois de terem comprado com você. Eles querem ser reconhecidos e querem se sentir tão valiosos para você como você é para eles. Eles querem ser valorizados e ouvidos. Você estará lá quando eles precisarem?

O **Customer Engagement** dá aos colaboradores e profissionais de serviço ao cliente as ferramentas necessárias para que eles vejam o quadro completo do cliente, suas preferências e tendências, além da oportunidade de proporcionar a eles experiências definidoras da marca que os fará voltar sempre. As perguntas que os varejistas devem se fazer não é “Eu conheço meu cliente?”, mas sim “O que eu sei sobre meu cliente me ajuda a garantir que minha promessa para ele/ela seja cumprida?”

O Customer Engagement foi criado para ajudar os varejistas a ouvir quando, onde e como seus clientes falam e a observar como eles compram. O Customer Engagement combina detalhes não estruturados, como conversas em mídias sociais, dentro da mesma visualização que o pedido, o histórico de transações e os dados de tendências do cliente são apresentados em tempo real. Como resultado, ele proporciona uma visualização do cliente que se torna “acionável”, permitindo aos varejistas lerem, de forma proativa, a experiência do cliente e fazer ajustes instantâneos na mesma ferramenta, melhorando cada vez mais a satisfação do cliente. Como parte do Manhattan Active Omni, o Customer Engagement está intrinsecamente conectado ao resto do pacote, como o Enterprise Order Management, para que quando surgirem possíveis problemas durante a jornada de compra, eles fiquem automaticamente expostos no contexto do histórico do cliente com o varejista. Os contratemplos podem ser corrigidos antes que se tornem problemas. Combinar riqueza de dados e o pedido na mesma ferramenta constrói o primeiro e único conjunto de dados úteis sobre o O que, o Por que e o Como da compra por omnichannel. E com a flexibilidade da arquitetura Manhattan Active, tudo o que o Customer Engagement sabe sobre seus clientes e seus pedidos também está facilmente acessível com suas soluções de fidelidade e de automação de marketing.

O Customer Engagement permite que as equipes de clientes, independentemente do canal, atinjam o próximo degrau em sua capacidade de cumprir a promessa do omnichannel para seus clientes.

Não importa quanto esforço esteja investido para a compreensão do cliente e o refinamento da jornada do comprador, as coisas nem sempre saem como o planejado. O que importa não é o surgimento de um contratempo, mas que, quando ele surgir, os colaboradores de serviço ao cliente estarão preparados para garantir que sua promessa para o cliente ainda possa ser cumprida. Uma visualização abrangente do cliente, completa, com preferências, tendências e histórico de pedidos e de comunicação, é vital para o processo. Mas, entender seu cliente, tomado isoladamente, é apenas metade do quadro. Você pode usar o que sabe para agir instantaneamente, sem mudar de aplicativo, para cumprir a promessa e orientar esse cliente usando o canal de comunicação que ele/ela prefere? Com o Manhattan Customer Engagement você pode.

Recursos e Funções

- Resolve os problemas rapidamente, usando estrutura avançada de gerenciamento de casos e escalonamento
- Unifica as ferramentas de compromisso com o cliente que podem ser implantadas em qualquer dispositivo ou SO
- Monitora as redes sociais com recursos de comunicação para diálogo com o cliente
- Integra as preferências e o histórico de preferências de forma nativa ao sistema de registro de pedidos e de clientes
- Detecta problemas usando notificações preditivas do Order Management para iniciar os casos
- Expõe o tempo gasto, as tendências de compra, os dados sociais e os alertas inteligentes para maximizar as interações com os clientes
- Melhora o desempenho por meio de um painel de agente unificado com uma visualização consolidada do desempenho da equipe em todos os canais de comunicação
- Reage rapidamente aos eventos que ditam tendências dentro da empresa que estão relacionados ao cliente, ao colaborador, à loja ou aos itens
- Ouve, responde e se envolve com os clientes nos canais de mídias sociais para fornecer um serviço ao cliente mais proativo
- Proporciona uma visualização das interações e transações anteriores do cliente em todos os canais, juntamente com casos abertos para esse cliente
- Reduz o atrito do cliente com integração de telefonia direto da fábrica, expondo, automaticamente, o painel do cliente para chamadas de entrada e recursos, como transferir, colocar em espera, conference call e encerrar as chamadas
- Recebe e processa e-mails de entrada, conversas e solicitações de mídias sociais, além de responder a elas no canal nativo





CONHECER O CLIENTE NÃO É SUFICIENTE.

DADOS PERSONALIZADOS E UTILIZÁVEIS GARANTEM EXPERIÊNCIAS EXCEPCIONAIS

Para a maioria dos comerciantes, a iniciativa de coletar estatísticas físicas e digitais de comércio, tentando combinar e expor esses dados de forma que possam ser usados, e até mesmo coletar dados externos, como sentimento social, para entender o cliente, não é nenhuma novidade. Mesmo se os dados forem consolidados e expostos de forma bem-sucedida para ajudar os varejistas a entenderem o cliente, geralmente é mais uma visão do que já ocorreu. Tentar fazer ajustes em tempo real para garantir uma ótima experiência de compra com base nesses dados é impossível ou, no mínimo, requer vários sistemas e pontos de entrada para a equipe do cliente.

Construídas na nuvem, com capacidade de resposta rápida e sempre atuais, as soluções Manhattan Active ajudam os varejistas a garantirem experiências excepcionais por meio de dados úteis e análise preditiva criadas diretamente na solução, para envolver o cliente, de forma inteligente, em todas as etapas da jornada de compras.

POINT OF SALE

Os sistemas tradicionais de point of sale (POS) nunca foram criados para o mundo do comércio unificado e não oferecem a ampla variedade de recursos centrados no cliente necessários no mundo do varejo de hoje. A maioria dos sistemas defasados luta com recursos como estoque de rede, pedidos físicos e online combinados e promoções na loja. Ao mesmo tempo, as plataformas de comércio virtual são raramente robustas o suficiente para oferecer suporte a transações na loja, o que significa que, com qualquer software diferente do Manhattan Active Omni, você está se comprometendo.

Para competir de forma eficaz nas lojas físicas de varejo, os comerciantes precisam de uma plataforma de compromisso com o cliente que ajude os colaboradores da loja a ficarem à frente de seus clientes conectados. Os operadores das lojas estão se adaptando às mudanças nos designs e formatos das lojas, além das novas combinações de tipos de pedidos e de pagamentos. Até agora, as escolhas de implementação dos sistemas da loja foram, em última análise, decisões de tecnologia, não decisões comerciais.

Como faz parte da plataforma Manhattan Active Omni, o Point of Sale oferece suporte a implementações em qualquer lugar, ou seja, na loja, em terminais Windows tradicionais ou em dispositivos móveis Android e iOS, usando a mesma interface de resposta em todos os fatores de formato. O Manhattan Point of Sale oferece suporte a lojas permanentes ou a locais móveis, serviço de ponta ou volume de tráfego alto, permitindo aos varejistas escolherem a melhor estratégia de implementação para sua empresa.

O Point of Sale tem acesso em tempo real à disponibilidade da rede global. Com um único deslizar na tela, a loja nunca perderá uma oportunidade de encantar o cliente. O corredor de produtos nunca tem fim. Todas as instâncias do Customer Engagement operam em uma versão única e mais facilmente gerenciada do software e a solução é fácil e intuitiva, quer em um local fixo, quer em um dispositivo móvel.

E com eventos promocionais e acordos de preço, o Point of Sales usa as promoções e recursos de precificação globais do Manhattan Active Omni na loja. Eventos promocionais e acordos de preço usam a teoria dos conjuntos para criar um ambiente rico para ofertas por mercados, geografias, canais e clientes, para tornar simples fazer a oferta certa no momento certo.



Recursos e Funções

- Uma interface única e de resposta rápida para venda de omnichannel
- Gestão de promoções de preços complexas com resultados automáticos de “melhor preço”
- Link de colaboradores para gestão, na loja, de crédito de vendas e adesão a regras
- Visualizações do calendário para encontros com o cliente e tarefas dos colaboradores
- Suporte às principais opções de hardware de POS do setor
- Implementação de qualquer combinação de dispositivos fixos ou móveis com iOS, Android, Windows ou navegador
- Operação ininterrupta com tolerância a falha no local
- Suporte a extensões específicas do negócio, sem impactos nas atualizações
- Integração segura a sistemas de pagamentos de terceiros
- Suporte a catálogos digitais, adaptados a fatores de formato e a casos de uso
- Configuração do comportamento e da aparência de fluxos de trabalho intuitivos e geradores da marca
- Administração centralizada e baseada na web, com conjuntos ricos de recursos configuráveis para todos os tipos de transações
- Sistema único de registro para todos os tipos de transações

CLIENTELING

O Manhattan Clienteling permite às equipes das lojas ajudarem seus clientes em pontos importantes ao longo da jornada de compras – antes, durante e depois das visitas às lojas – para atenção e serviço personalizados. O Clienteling faz parte da mesma plataforma que o Point of Sale, proporcionando aos colaboradores das lojas uma assistência digital simples e ajudando a geração de vendas e a realização de experiências excepcionais na loja.

Recursos e Funções

- Usa uma única interface de usuário de resposta rápida para venda por omnichannel
- Configura a interação fora da loja e na loja com perfis, histórico e preferências do cliente
- Opera como um “livro negro” discreto para interação de ponta com o cliente
- Coordena o estilo, as coordenadas e separa com as preferências dos clientes
- Proporciona ao cliente uma visualização 360° em canais, incluindo histórico de pedidos e listas de desejos dos clientes
- Oferece recomendações, blocos de anotações e notas dos clientes
- Oferece PDVs em qualquer lugar com funções completas de fechamento da venda
- Personaliza compras específicas do cliente e a venda guiada
- Integra mecanismos de recomendação defasados de terceiros
- Integra guias de estilo interativos e conteúdo de venda assistida
- Cria e gerencia encontros com os clientes
- Oferece suporte ao marketing de saída da loja para o cliente



O QUE É VELHO ESTÁ NA MODA NOVAMENTE.

VALOR E BELEZA VOLTAM À VITRINE

Fazer compras, durante o século passado, seguiu de perto o caminho de declínio da cultura humana, indo das pequenas lojas rurais do início do século XX, passando para as cidades grandes com as maravilhosas lojas de varejo dos anos 1940 e 1960 e, em seguida, restringindo-se aos shoppings urbanos dos anos 1970 e 1990. Os primeiros passos online surgiram no início do século XXI, evoluindo para o que é hoje, quando a maioria das vendas, independentemente do canal, tem influência digital.

O que não mudou, no entanto, é que a loja ainda é onde a maioria das vendas ocorre de verdade. Embora a maioria dos comerciantes tenha feito progressos significativos no fornecimento de ferramentas digitais para melhorar a experiência online do cliente, a loja e o colaborador da loja foram, em última análise, negligenciados. A introdução das lojas na rede de atendimento de serviços como coleta na loja e envio da loja exacerbou a situação. Os varejistas devem mudar um pouco o foco, criando, novamente, um ambiente que permita aos colaboradores da loja ter comando e controle completos da loja, com ferramentas mais simples, uma visualização em 360° do cliente e dados úteis para vender e cumprir, com eficácia, a promessa.

As soluções da Manhattan foram desenvolvidas especificamente para o papel em evolução do colaborador da loja, proporcionando uma interface única e fácil de aprender, que possibilita trabalhar de forma mais inteligente. As soluções Manhattan Active™ ajudam os colaboradores das lojas e seus gerentes a dominarem as novas demandas da venda digital, do omnichannel e do serviço ao cliente, além de servirem como especialistas eficientes do atendimento online.

A rede de lojas deve ser uma vantagem para os varejistas omnichannel. É o único lugar em que você fica frente a frente com os clientes para criar e fomentar relacionamentos. Há um motivo para os gigantes online estarem comprando e criando vitrines. A combinação da personalização digital com um ambiente físico oferece níveis sem precedentes de fidelidade à marca. Os varejistas com redes existentes têm vantagens significativas se puderem ativar a lucratividade da sua rede para cumprir a promessa do omnichannel.

O Manhattan Active Omni usa um aplicativo único, nascido na nuvem, de resposta rápida, que fornece comando e controle completos da loja para os colaboradores e gerentes. Quer você esteja interagindo com um cliente para maximização das vendas em um tablet, quer verificando alguém de uma estação tradicional, quer usando um dispositivo portátil para atender um pedido digital, a forma que você trabalha não precisa mudar. Extensíveis, adaptáveis e conectadas, as soluções Manhattan impulsionam "Push Possible™" para seus clientes, reduzindo as despesas com a força de trabalho, como treinamento e redundância.

STORE INVENTORY & FULFILLMENT

Os números de estoque confiáveis para os varejistas tradicionais têm sido historicamente baixos. Devido ao manuseio rotineiro de mercadorias, a precisão do estoque no nível da loja é geralmente baixa, em torno de 60%, e isso já acontecia antes das pressões do atendimento omnichannel. Quando um cliente compra um item online com a promessa de que ele estará pronto para coleta na loja, o produto deverá estar disponível no estoque, ou você terá perdido não só a venda, mas provavelmente o cliente também. Para a maioria, a capacidade de ativar a rede de lojas como um ponto de entrada e saída para o comércio com influência digital é essencial para cumprir a promessa do omnichannel para os clientes.

O **Store Inventory** garante a precisão do estoque e, assim, aumenta as vendas, diminui os riscos de produto fora de estoque e reduz as etapas para reabastecimento da loja. Com recursos de gestão de recebimento e de estoque móveis criados especificamente para o colaborador da loja, o Store Inventory processa o reabastecimento da loja, os pedidos do site para a loja e as retiradas e transferências por carga, caixa, embalagem ou item.

E se a precisão do estoque é a tarefa principal, a segunda prioridade é tornar as atividades de estoque e de atendimento o mais simples e diretas que for possível para os colaboradores.

As iniciativas de comércio omnichannel aumentaram a responsabilidade do colaborador da loja, que ainda é responsável por fornecer vendas e serviços excelentes ao cliente, atendendo às expectativas do cliente e cumprindo as promessas das opções de compra online e coleta na loja, envio da loja e envio para a loja.

As soluções de **atendimento na loja** fornecem comando e controle completo com uma interface única e de resposta rápida, criada para ser executada em qualquer fator de formato e em todos os sistemas operacionais, tanto para a loja grande com operações e equipes dedicadas para o serviço ao cliente, como para o pequeno comércio com colaboradores fazendo turno duplo, serviços pesados de coleta, embalagem, envio da loja e coleta na loja – todos fluem com uma interface móvel fácil de usar. O acesso em tempo real a informações de atendimento, atividades e processos na loja permite atendimento eficiente e garante, também, a satisfação do cliente.

Recursos e Funções

Atendimento

- Reduz o tempo de treinamento e a integração do colaborador com fluxos intuitivos e guiados com indicadores visuais de progresso e próximas etapas
- Controla a experiência do usuário e as atividades de atendimento na loja com visibilidade do atendimento, do desempenho e dos riscos em tempo real
- Fornece visibilidade da carga de trabalho com notificações push para alertar os colaboradores sobre novos trabalhos e contagens em tempo real de atendimentos com atraso na loja
- Identifica os pedidos e entregas com prioridade mais alta usando regras de configuração enriquecidas para gerenciar a carga de trabalho do atendimento na loja
- Otimiza a coleta com base nas operações, nos processos e nos layouts das lojas usando estratégias de pedido, de lote e de classificação:
 - > Divide os pedidos entre vários departamentos e colaboradores
 - > Otimiza o caminho de coleta e guia o fluxo com base no layout da loja
- Integra o recebimento e o atendimento dos pedidos do site para a loja
- Gerencia as coletas do cliente com preparação, pesquisa de pedido, verificação do cliente e captura de assinatura para prova de entrega
- Classifica a compra e o envio e rastreia pequenos pacotes sem nenhuma manutenção, usando integração direta da fábrica com as principais transportadoras de pequenos pacotes
- Ajuda na coleta e embalagem por meio de instruções detalhadas para produtos especiais, solicitações personalizadas e tarefas específicas do produto
- Funcionalidade de impressão e reimpressão usando serviços de impressora nativa

Estoque

- Visualiza o estoque segmentado na loja, usa a configuração de código de disposição para separar o estoque disponível, vendável, que aguarda verificação de qualidade e estoque danificado
- Visualiza os recebimentos esperados de estoque disponível e em trânsito com datas esperadas de chegada
- Gerencia o estoque permanente com maior precisão
- Gerencia o reabastecimento com recebimento e disponibilidade
- Recebe na loja por item, pacote, caixa ou carga, com suporte para auditorias em nível de pacote
- Ativa o recebimento, a preparação e a coleta dos pedidos do site para a loja

Notas finais

¹ Gfk

² Forrester

³ NEWVOICEMEDIA





“A solução Inventory and Fulfillment ajuda a melhorar nossa precisão de estoque, reduzindo, simultaneamente, o tempo que nossos colaboradores passam no depósito. Oferece uma experiência melhor na loja para o cliente, melhora as vendas nas lojas e define o palco para as operações de comprar online, pegar na loja e enviar pela loja.”

– LAMPS PLUS, INC.

PRONTO PARA ENTRAR EM AÇÃO?
MANHATTAN ACTIVE™

Saiba mais acessando manh.com/brasil.

MANHATTAN ACTIVE™ SOLUTIONS

SEMPRE ATUAIS

PERFEITAMENTE INTERCONECTADAS

CONTINUAMENTE ADAPTÁVEIS



MANHATTAN ACTIVE OMNI

OMNICHANNEL COMMERCE

ORDER MANAGEMENT
CUSTOMER ENGAGEMENT
POINT OF SALE
CLIENTELING
STORE INVENTORY MANAGEMENT
STORE ORDER FULFILLMENT



MANHATTAN ACTIVE INVENTORY

FORECASTING & REPLENISHMENT

DEMAND FORECASTING
REPLENISHMENT
VENDOR MANAGED INVENTORY
MULTI-ECHELON
SALES & OPERATIONS PLANNING

PLANNING

FINANCIAL PLANNING
ASSORTMENT PLANNING
STORE PLANNING
STORE CLUSTERING
ITEM PLANNING
PROMOTIONAL PLANNING



MANHATTAN ACTIVE SUPPLY CHAIN

DISTRIBUTION

WAREHOUSE MANAGEMENT
LABOR MANAGEMENT
SLOTting OPTIMIZATION
BILLING MANAGEMENT

TRANSPORTATION

MODELING
PROCUREMENT
PLANNING & EXECUTION
FLEET MANAGEMENT
AUDIT, PAYMENT & CLAIMS
CARRIER MANAGEMENT

EXTENDED ENTERPRISE

SUPPLIER ENABLEMENT
HUB MANAGEMENT
APPOINTMENT SCHEDULING
YARD MANAGEMENT

GESTÃO DE EVENTOS / VISIBILIDADE / INTELIGÊNCIA

MANHATTAN ACTIVE INTEGRATION PLATFORM

Para mais informações sobre a
Manhattan Associates, visite manh.com/brasil
Telefone: **0800 591-4021**
latam@manh.com

 **Manhattan**
Associates®