

# revista **mundo** **LOGÍSTICA**

Artigo publicado  
na edição 52



Assine a revista através do nosso site

maio e junho de 2016

[www.revistamundologistica.com.br](http://www.revistamundologistica.com.br)

# Operações omnichannel

## *Como superar a expectativa do consumidor multicanal?*

Saiba integrar todos os canais, de forma eficiente, e transformar a sua loja em um centro de distribuição

*O omnichannel é a nova realidade. Os consumidores estão procurando mais conveniência e praticidade, e as empresas precisam tornar a experiência de compra única, em todos os canais. Esse conceito traz diversos desafios para as empresas que buscam se adaptar. Alguns desses desafios são operacionais, nos quais, basicamente, as lojas passam a atuar no âmbito de atividades já comuns a centros de distribuição, operações essas que são geridas por um sistema de gerenciamento de armazéns. O software Retail Advantage, da HighJump, vem justamente para trazer esses conceitos de Warehouse Management System (WMS) para o mundo das lojas, para responder aos desafios omnichannel de forma lucrativa.*



### Thiago Casas

Formado em Engenharia de Produção, concluindo MBA em Logística e Supply Chain pela Fundação Getulio Vargas (FGV), possui experiência em logística há sete anos e atua há dois anos como consultor pela Otimis, participando de diversos projetos e implantações de WMS HighJump, no Brasil.

[thiago.casas@otimis.com](mailto:thiago.casas@otimis.com)

A evolução dos canais de venda foi impulsionada, nos últimos anos, acompanhando os avanços tecnológicos e disponibilizando diversos pontos de venda para o consumidor (*in-store, online, mobile* etc). Atualmente, o **omnichannel**, com a integração de todos os canais, é um assunto amplamente discutido, principalmente, no âmbito dos desafios que o conceito traz para as lojas, que buscam atender e fidelizar os seus clientes, e das mudanças necessárias para atender a esses desafios.

Essas mudanças fazem as lojas físicas terem de se adaptar, para executar as operações que são comuns aos centros de distribuição (CDs), mas não se pode esquecer de que essas operações, nos CDs, são geridas por um Sistema de Gerenciamento de Armazém (WMS), impulsionando a eficiência a elevados níveis.

Logo, para ser lucrativo e competitivo, no **omnichannel**, não basta adaptar a operação da loja para executar as funções de um CD, é preciso, também, adaptar o **software**, que faz a gestão da operação do CD, para fazer o mesmo nas lojas. Foi pensando nisso que a **HighJump Software** desenvolveu o **Retail Advantage** (RA), um **software** WMS adaptado especificamente para os varejistas, que buscam atender às necessidades operacionais do **omnichannel**, com eficiência e rentabilidade, possuindo funcionalidades operacionais de um CD adaptadas para a loja.

Porém, quais são as adaptações? De que forma o RA pode contribuir direta ou indiretamente com as demandas de **omnichannel**? Para responder a essas perguntas, é preciso discorrer um pouco sobre os desafios e as oportunidades operacionais do **omnichannel**.

## OS DESAFIOS E AS OPORTUNIDADES DO OMNICHANNEL

Os desafios do *omnichannel* são os mais diversos e envolvem várias áreas de uma empresa. Por exemplo, existem muitas empresas que tratam cada loja e o *e-commerce* como negócios totalmente distintos, recompensando, inclusive, as lojas com melhores vendas. Com a integração dos canais, esse modelo precisa ser repensado. Se um cliente comprar na internet e retirar na loja, de quem é a venda? Como os desafios podem ser os mais variados, deve-se focar naqueles que possuem uma relação direta ou indireta com as operações logísticas, que a loja terá de executar.

## PERFIL DO OPERADOR E EQUIPAMENTOS DE OPERAÇÃO

Os operadores de um CD e de loja, em geral, possuem perfis e grau de instrução distintos, além disso, uma operação de CD, geralmente, necessita de equipamentos mais robustos, como os coletores de dados, para executar as operações, bem como interfaces com o usuário bem detalhadas e direcionadas, para não haver desentendimento quanto à instrução por parte do operador.

Além dos mais diversos tipos de equipamentos do mercado, o *Retail Advantage*, da *HighJump*, é compatível com *tablets* e *smartphones*, para executar as operações nas lojas. Possui interface com o usuário de fácil configuração, podendo apresentar informações mais intuitivas e rápidas, que condizem com o perfil do vendedor, que possui outras atribuições na loja.

## GESTÃO DE ESTOQUE

A gestão do estoque é o principal ponto que viabiliza toda a operação de *omnichannel*. Quando um cliente decide comprar pela internet e retirar o produto em uma loja física, faz-se necessário ter uma informação em tempo real e confiável do estoque de cada loja e dos CDs, centralizada em um sistema, para a visualização em um único local do inventário de todos os canais.

Apesar de não fazer parte do escopo de um *software* WMS, tomar decisões sobre a quantidade de estoque ideal, fazer previsões de demanda ou decidir qual loja ou CD atenderá tal pedido, ele é o responsável por fornecer dados confiáveis de estoque, para que outros *softwares* realizem essas funções. Isso vem sendo feito há anos, nos CDs, por meio da aplicação de conceitos de inventários cíclicos e/ou físicos.

O *Retail Advantage* traz esses mesmos conceitos, aplicando-os às lojas, com funcionalidades robustas, que permitam dinamismo, por meio de inventários inteligentes, como contagens oportunistas e cíclicas por frequência, entre outras formas, propiciando acuracidade e evitando frustrações com faltas de estoque, enquanto atende à demanda do cliente.

Além disso, o RA possui módulo específico de integração com outros sistemas, apresentando interface *onli-*

*ne* com *softwares* de frente de caixa, *Enterprise Resource Planning* (ERPs), entre outros sistemas necessários para a integração da cadeia, garantindo que as informações necessárias para as tomadas de decisão estejam sempre atualizadas e sejam confiáveis.

Nesse ponto, também há oportunidades, afinal de contas, se o cliente pode comprar pela internet e retirar em uma loja, por que não utilizar uma loja próxima a um cliente que deseja receber em casa, para fazer a expedição, em vez de expedir o produto de um CD a centenas de quilômetros de distância? Isso passa a ser possível com a visibilidade de estoque proporcionada pelo RA, diminuindo os custos relacionados a transporte e reduzindo os prazos de entrega.

## ESTRUTURA FÍSICA E OPERAÇÃO DE SEPARAÇÃO

A estrutura física de uma loja possui, basicamente, duas áreas distintas, uma delas é o *backroom*, onde ficam os estoques recebidos do CD e que abastecem as gôndolas, que são a segunda área por onde os clientes circulam. O *backroom* possui as suas similaridades com os endereços de um CD, que podem ser identificados com código de barras, e as operações realizadas são tratadas pelo RA da mesma forma que um CD comum.

Já a área das gôndolas é completamente diferente. Primeiramente, cabe decidir se os produtos disponibilizados nas gôndolas estarão disponíveis para a separação ou se estarão disponíveis apenas para a venda na loja.

O RA está preparado para a movimentação de produtos em todo o processo de recebimento, estoque, separação nas gôndolas e reposição. Ele possui interface com planogramas, para atender à dinâmica de endereçamento das lojas e garantir uma operação guiada de forma eficiente por um caminho otimizado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Já é um consenso, no mercado, que o *omnichannel* é uma necessidade, a qual adaptar-se será, cedo ou tarde, uma questão de sobrevivência. O desafio é adaptar-se sendo lucrativo. No âmbito da operação, é comum falar que a separação de pedidos, em CDs, é significativamente mais eficiente do que em uma loja, mas esquece-se de que boa parte dessa eficiência é conquistada graças à implantação de *softwares* de WMS robustos.

Por meio de uma solução, como o *Retail Advantage*, da *HighJump*, boa parte dos desafios de *omnichannel* é respondida, trazendo conceitos e melhores práticas de armazenagem e distribuição, utilizados em CDs para as lojas, adaptando os processos, para manter a eficiência da operação e a rentabilidade do negócio. \*