

ANÁLISE E *DECISÃO*

Mind Shopper traz ao Brasil o sistema TRF (The Retail Force), para otimizar a gestão do sortimento de produtos e melhorar as estratégias no ponto de venda



Um dos maiores desafios do varejo, desde grandes lojas a pequenos mercados de bairro, é obter indicadores precisos a respeito da gestão do sortimento de produtos. Mais do que isso, ainda existe no setor uma grande carência por números, estatísticas e apontamentos que viabilizem, de forma prática e precisa, ações estratégicas para melhorar a exposição e a oferta de produtos na loja e automaticamente o desempenho nas gôndolas.

Com o intuito de oferecer soluções para potencializar as vendas de seus clientes, a Mind Shopper, consultoria especializada em soluções estratégicas para o ponto de venda, fechou uma parceria de representação com a empresa francesa The Retail Force, que desenvolveu o software RTF. Através de dados básicos como preço, margem e estoque, por exemplo, o sistema monitora, mede, analisa e recomenda melhorias para o varejo (exposição, preço, promoção, entre outras). Segundo Alessandra Lima, diretora da

“O sistema pode, por exemplo, apontar como a estratégia da empresa se comporta em cada região, assim como pode, também, medir o impacto e a aceitação de um lançamento

Mind Shopper, apesar da ferramenta ser inteligente e analítica, não requer um perfil predefinido de varejo para implantação. O sistema é bastante versátil e trabalha com dados básicos que qualquer varejo minimamente estruturado dispõe, avalia.

SISTEMA INTELIGENTE

Através de uma infraestrutura de TI, assinatura mensal e o auxílio de uma consultoria especializada, é possível analisar e medir o desempenho real do negócio de cada loja e de cada produto através de inúmeras informações

de acordo com as necessidades do varejo. “O sistema pode, por exemplo, apontar como a estratégia da empresa se comporta em cada região, assim como pode, também, medir o impacto e a aceitação de um lançamento e, ainda, recomendar uma melhoria no ponto de venda”, explica Thierry Seguin, presidente da The Retail Force.

Além de estar presente na Europa, a The Retail Force atua também no continente africano e mais recentemente na América Latina. Segundo Thierry, o sistema TRF é fruto de mais de cinco anos de estudos e pesquisas e foi desenvolvido pelas melhores universidades da França. No Brasil, o foco, além do varejo alimentar, é também atuar nos setores de construção e farmácia. “A inovação na análise da informação nos permite dominar precisamente a gestão de sortimento. Criamos sinergias e desempenho comercial, eliminando as barreiras que existem entre as equipes operacionais e corporativas, valorizando as contribuições de cada operação”, finaliza Thierry. 