

linux 



# linx promo

—

# Operação américa latina



PANDORA

RESTOQUE SA

DWZ

SYM

Ipiranga

PETROBRAS

GUESS

Todimo  
CONSTRUÇÃO & ACABAMENTO

LOJAS  
RENNER



YPF

SEARS

Liverpool

SONY

Grupo Ramos

martí  
La Emoción Deportiva

sema

abcdin  
LA FELICIDAD CUESTA MENOS



Naldo  
Un amigo de la casa!

ARROCHA

REY  
Fresco... Siempre Fresco.

DIVINO

SIMAN  
tu propio concepto... hecho realidad

MercaTodo

OfficeMax

STOCK  
supermercados

PlazaLama  
La Supertienda

POTIGIAN

GRUPOEFE

CHACOMER

andrea  
En el nombre del diseño

LondonSupply

# Operação Brasil

**STUDIO** 



RESTOQUE<sup>SA</sup>

GUESS

ESTÉE  
LAUDER  
COMPANIES



ALPARGATAS

PANDORA

**TD Todimo**  
A gente nasceu para construir

Valisere<sup>♣</sup>



DWZ

**LEROYMERLIN**  
*A casa da sua casa.*

 **extrafarma**



*mime*

linx 

# Quais as tendências do varejo brasileiro?



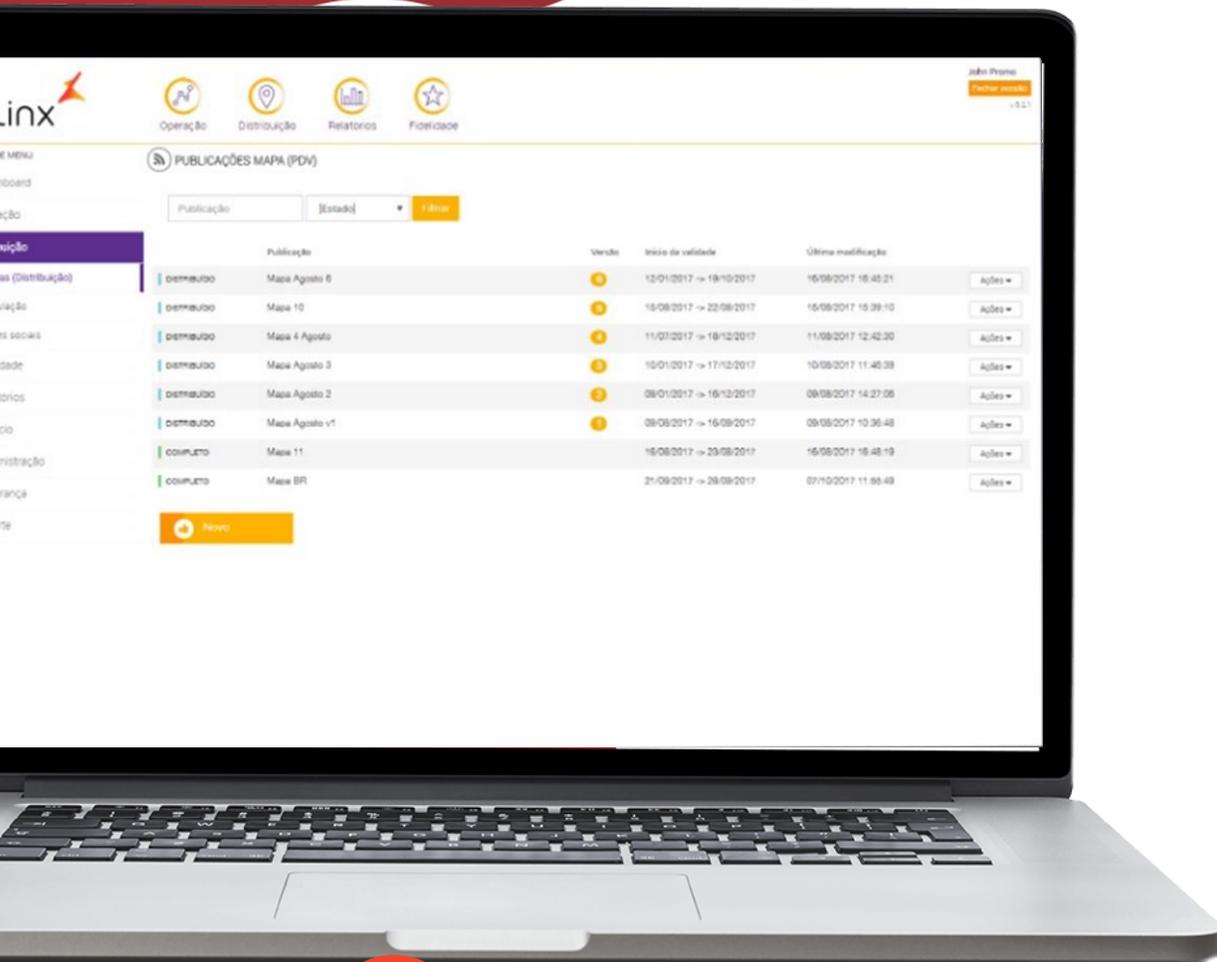
**Omnicanalidade**



**Personalização**



**Digitalização**



Experiência de **omnicanalidade** ampliada

**Solução cloud**, on premise ou híbrida

Aumenta o **ticket médio**

Gira o **inventário**

Fideliza o **cliente**

Distribuição **online**

**Facilidade** de uso

**Agilidade** de integração

# Promoções



# Consumidores querem ser entendidos e envolvidos.

**57%**

São motivados a comprar quando recebem uma oferta ou desconto especial

**63%**

Dos compradores querem ofertas e promoções personalizadas



promoções

fidelidade

voucher

cartão-presente

Facilidade na montagem de **ilimitadas promoções**

Envio de promoções por **redes sociais, pontos de venda, e-commerce e mensagens no celular**

Campanhas por **produtos, por data e hora, por segmentação de clientes e por meio de pagamentos**

**Simulador** de comportamento da promoção

**Mapa de colisões e desempate de conflitos** para benefícios de promoções na mesma venda

Sugestão de **up-sell e cross-selling**

**Workflow** de aprovação



# Programas de Fidelidade



# Consumidores fidelizados trazem mais receita para o seu negócio

**42%**

Dos consumidores estão inscritos em algum programa de fidelidade de varejo e geram...

**12% a 18%**

a mais de receita incremental em comparação com não membros



promoções

fidelidade

voucher

cartão-presente

Gestão de **categorias de fidelidade**

Controle de pontos com **saldo e validade**

Definição de **produtos válidos** para pontos

Elegibilidade de **produtos para resgate**

Acúmulo e resgate **integrado a promoções**

Consulta de **saldo e extrato** de pontos



# Vouchers Omnicanal



# A jornada do cliente é aprimorada por vouchers:

**86%**

Dos consumidores são influenciados por vouchers para escolher entre as marcas que normalmente compram e experimentar novos produtos.

**69%**

Dos consumidores fiéis a marca afirmam que trocariam de rótulo enquanto estão na loja influenciados por vouchers recebidos em dispositivo móvel

Fonte: Fonte: Valassi Coupon Intelligence Report, 2019

promoções

fidelidade

voucher

cartão-presente

**Gestão unificada** de cupons e vouchers

**Controle** de associação ao cliente, vigência e quantidade de usos

**Consulta e resgate** de cupoms

**Geração massiva** de cupons

Cupons **impressos** e **eletrônicos**

Suporte a **cupons de terceiros**

**Gift card**



# O uso estratégico de Gift Cards traz inúmeras vantagens

**2.5X**

Mais provável que um consumidor pague o preço cheio de um produto quando compra com Gift Card

**+50%**

Clientes gastam **20% a mais** do valor do Gift Card quando vão a loja ou site consumi-lo.

Fonte: Forbes, Why Retailers Love Gift Cards, 2010



promoções

fidelidade

voucher

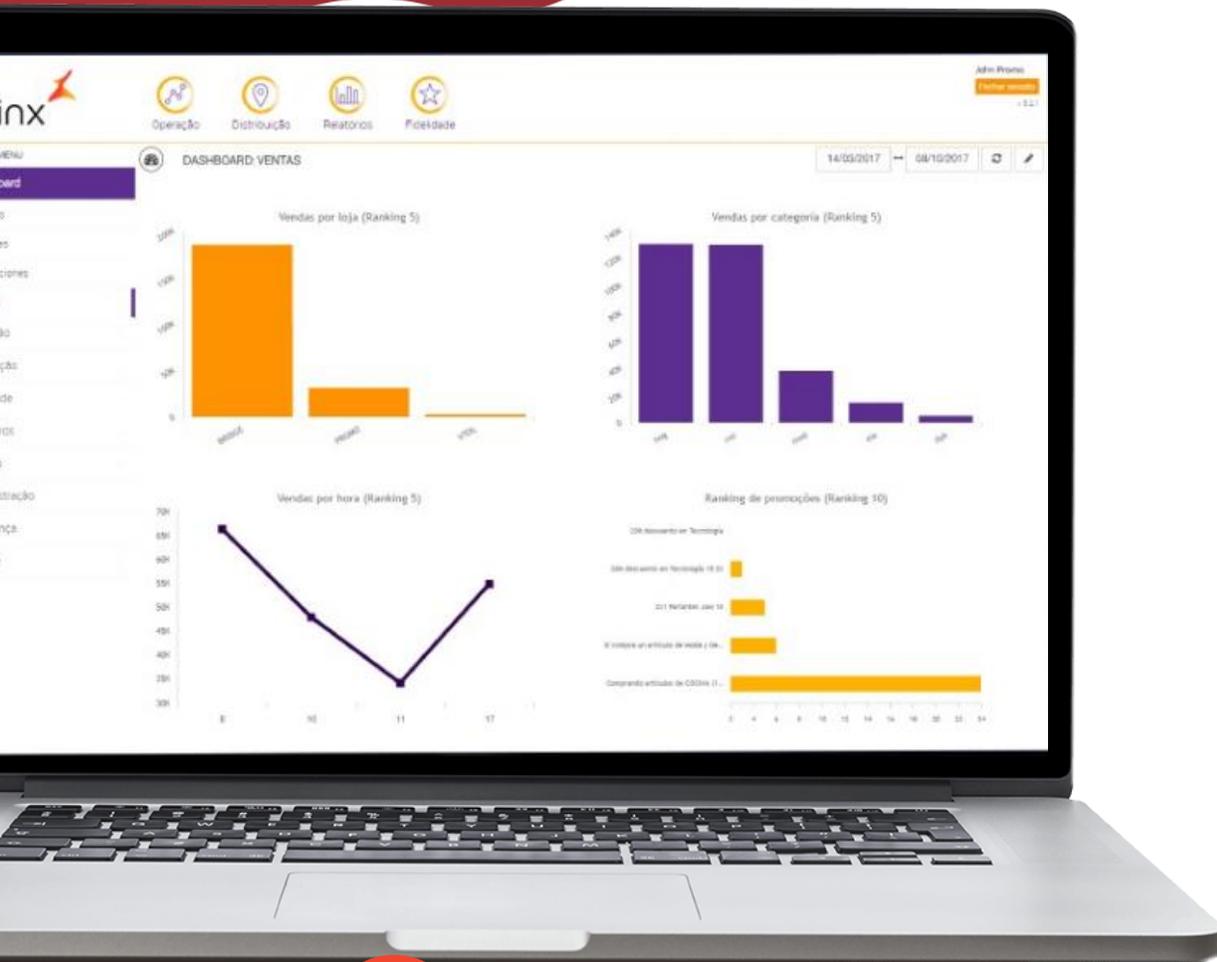
cartão-presente

**Gestão unificada** de todos os canais

Geração de **vale crédito omnicanal**

Controle de **saldo** e **uso parcial** do vale

Geração e resgate **integrados a promoções**



- Indicadores de gestão para **acompanhamento das promoções**, vendas e vouchers
- Indicadores chave de desempenho (KPI) **em tempo real**
- Relatórios de **ativação e frequência auditoria e rastreabilidade** das campanhas