

Case study

[read more](#)



# Aliansce Sonae transforma negócios e acelera o digital por meio de APIs

---

Maior administradora de shopping centers do país expande parcerias com plataforma Sensedia

# A Aliansce Sonae, maior administradora de shopping centers do Brasil, tem 83% de sua base de lojistas conectados à sua plataforma de vendas e serviços.

Seu portfólio reúne 39 shoppings nas cinco regiões do país e 7 mil lojistas – destes, quase 5 mil já aderiram ao projeto de transformação digital da companhia. O projeto, acelerado no último ano, foi possível em função da implementação de um portal de APIs e dos investimentos que a companhia vem fazendo em tecnologia nos últimos anos.

As iniciativas da Aliansce Sonae têm como objetivo oferecer a melhor experiência para clientes e lojistas, em toda sua jornada de relacionamento com os shoppings. As mudanças nos hábitos de consumo já vinham sendo foco de atuação da companhia. Em 2018, por exemplo, a empresa buscou parceiro especializado, a Sensedia, para a criação de plataforma customizada de APIs, de forma a integrar parceiros e ainda agregar variados serviços e conveniências.



83% de sua base de lojistas conectados à sua plataforma



Seu portfólio reúne 39 shoppings nas cinco regiões do país



Quase 5 mil já aderiram ao projeto de transformação digital da companhia



**Líder em seu segmento, a empresa mergulhou em um ecossistema de dados para apresentar um mix de operações estrategicamente organizadas e atender a perfis específicos, considerando comportamentos, regiões e culturas.**

Naquela ocasião, a administradora criou um smart site para cada um de seus shoppings. Serviços como venda de ingressos de cinema, reserva em restaurantes e pagamento do estacionamento, entre outros, passaram a ser integrados à plataforma, tornando a jornada digital do consumidor ágil, intuitiva e conveniente.



**Com a pandemia e os desafios impostos aos negócios, todos os processos de transformação digital inevitavelmente foram acelerados, criando maior conexão entre consumidores e**

**lojistas**, avançando também para a criação do hub logístico da Aliansce Sonae, o chamado PEG. Nesta plataforma, o lojista consegue fazer a gestão de suas vendas e do contato direto com os clientes, com a curadoria da rede.

De acordo com Fabio Moraes, diretor de TI da Aliansce Sonae Shopping Centers, **foi preciso desenhar uma arquitetura que agregasse valor à jornada dos lojistas e dos consumidores**, em meio à necessidade de distanciamento social e atividades suspensas, fortalecendo a presença omnichannel da companhia. **Hoje, quase 5 mil dos 7 mil lojistas dos shoppings da Aliansce Sonae estão integrados nesta plataforma.**

“A integração serviu de base para que nós pudéssemos iniciar o desenvolvimento de um ecossistema de compras online, conveniência e soluções logísticas já presentes no Shopping da Bahia e no Parque D. Pedro, duas das nossas referências no portfólio. Ainda este ano, faremos rollout para todos os cinco shoppings do Rio de Janeiro”, afirma Moraes.



**Quase 5 mil dos 7 mil lojistas dos shoppings da Aliansce Sonae estão integrados nesta plataforma.**

---

Rafael Flexa, diretor de Desenvolvimento de Negócios da Sensedia, diz que uma das participações chave da empresa foi possibilitar a ampliação da rede de parceiros da Aliansce Sonae, criando cada vez mais facilidade.

“Atuamos como braço de arquitetura de integração com os parceiros, pelo site e pelo app, proporcionando conveniências como pagamento do estacionamento, ingressos para o cinema e promoções”, diz.

Além disso, ele prossegue, a Sensedia ajuda no monitoramento e no controle da comunicação com os parceiros, realizando auditoria das informações que trafegam na plataforma.

## Shoppings como Life Centers

Nessa jornada de evolução dos últimos anos, a **Aliansce Sonae** ganhou conhecimento, fez previsões e desenhou novos modelos comerciais de maneira personalizada para cada um dos shoppings, promovendo nova trilha de planejamento comercial muito mais assertiva. Tudo isso com análise de tráfego de corredores, dados de clusterização de loja, atentos ao que o consumidor procura naquela região, por tipo de produto. Investiram pesado em analytics.

Quem vai ao shopping hoje está em busca de uma experiência, garante o CIO da companhia. “Tornou-se um local em que o consumidor quer resolver a sua vida. Assim, o shopping vem se transformando em um centro de experiência. É um Life Center. Tudo isso mudou a forma de interagir com o shopping”.

Segundo Moraes, **foi necessário olhar para o cenário de composição das alterações no shopping não só com feeling comercial ou do superintendente do shopping.** “Tivemos de olhar para os dados. Entender os novos hábitos de consumo e de concorrência e integrar tudo”.

Esse avanço na transformação digital por meio da plataforma de APIs da Sensedia foi chave na integração de parceiros da Aliansce, formando marketplaces altamente customizados e convenientes. As APIs também foram essenciais para integrar os marketplaces de cada um dos shoppings, com todas as particularidades de cada região. Um desenho de futuro que já se faz presente.





“A Aliansce Sonae tem uma postura muito dedicada e parceira dos seus lojistas. Essas iniciativas também visam contribuir para o seu amadurecimento digital, impactando positivamente seus negócios”, afirma Moraes.



Artigo originalmente  
postado em:

Conectando ideias,  
negócios e pessoas.

Para mais conteúdos como esse, acesse aqui: