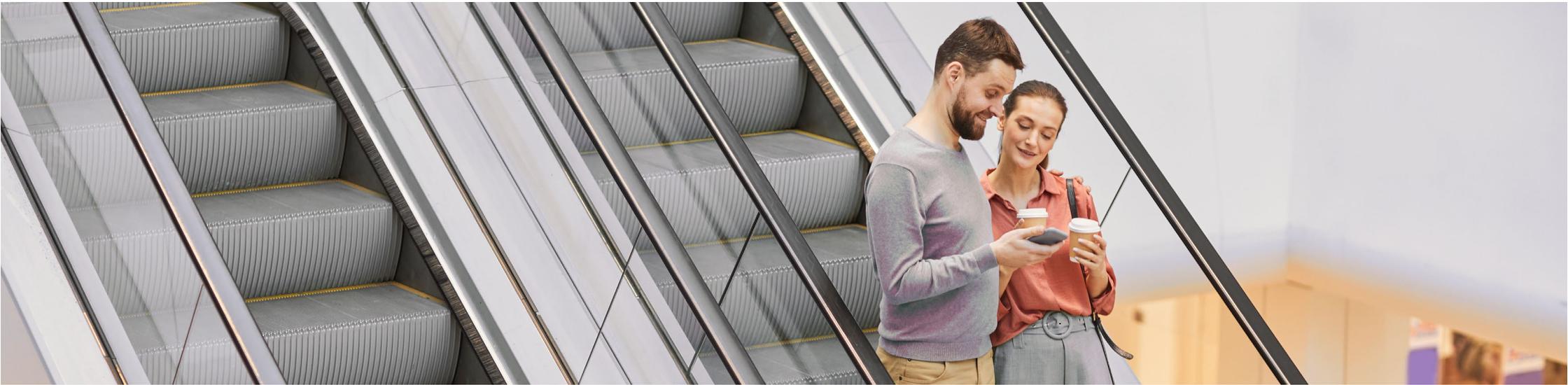


Case Sensedia

Leia mais



# Iguatemi 365 e a Importância dos Canais Digitais.



## 1 - Pode nos dar um rápido overview sobre o Iguatemi?

O Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A. é uma das maiores empresas de serviços completos no setor dos Shopping Centers no Brasil. O seu negócio inclui a concepção, planejamento, desenvolvimento e gestão de Shopping Centers regionais, outlets e complexos de edifícios com torres comerciais.

IGUATEMI



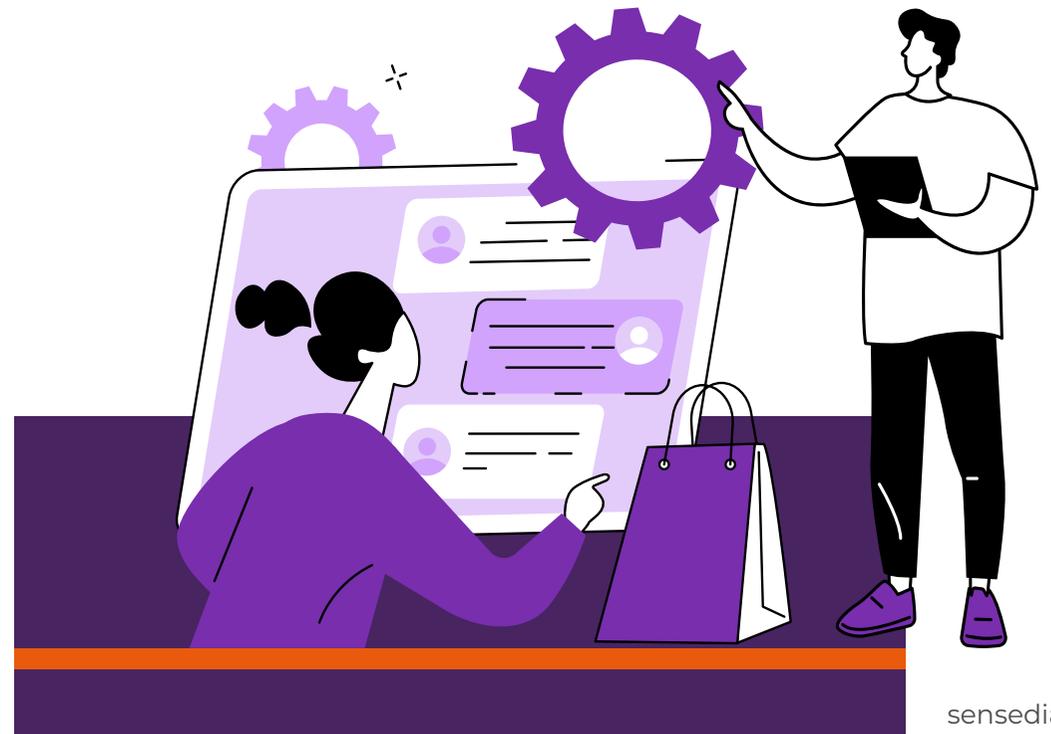
Pioneira no lançamento do primeiro centro comercial brasileiro, Iguatemi São Paulo, a cadeia tem continuado a inovar em vários aspectos do seu negócio. Para além do Iguatemi 365, tem participação em 14 Shopping Centers, dois Premium Outlets e três torres de negócios. A empresa participa na gestão de todos os seus Shopping Centers, lojas Premium Outlets e torres de negócios.

## 2 - O que é o Iguatemi 365 e qual a sua importância para o Iguatemi?

Iguatemi 365 é o e-commerce do Iguatemi Empresa de Shopping Centers e foi idealizado para oferecer aos clientes uma plataforma de vendas online com excelência e curadoria da marca Iguatemi - 24 horas por dia, 365 dias por ano.

O projeto é muito importante para a empresa, pois reforça o compromisso da marca com a inovação e as tendências do setor, bem como promove uma experiência 100% omnichannel.

O Iguatemi sempre acreditou na integração dentro e fora da empresa. Tendo mais de 300 marcas nacionais e internacionais, a operação foi criada ligada ao próprio espaço de loja para proporcionar uma experiência multicanal, aproveitando a estrutura de loja dos Shopping Centers, integrando os stocks e respeitando os preços dos lojistas.



### 3 - Qual é a importância dos Canais Digitais para o Iguatemi?

Sempre foi intenção do Iguatemi oferecer uma experiência omnichannel e fazer parte da jornada dos clientes através de vários canais. Estamos estudando para entrar no segmento do e-commerce desde os anos 90. Desde então, muitas propostas foram avaliadas, mas não tínhamos encontrado o modelo ideal, com as especificações técnicas de que necessitamos e o padrão de qualidade de que não abdicamos.

Especialmente agora, a crise trouxe novos clientes para o ambiente digital, que anteriormente não faziam compras dessa forma. A integração dos canais é um bilhete de ida. É uma mudança de comportamento que está ganhando significado neste momento e estamos otimistas quanto ao desempenho desta plataforma de vendas.

### 4 - Quando e porque sentiu necessidade de mudar a abordagem da sua arquitetura digital através das APIs e Microservices? Quais eram as principais questões chave que queria abordar?

O projeto Mindset começou em 2017, com a intenção de redesenhar os dias dos lojistas e clientes da Iguatemi. Fizemos o levantamento de personas, momentos de lazer e consumo, pontos de contato, dores e oportunidades. Mergulhamos também na tecnologia e nas tendências de retail. Procuramos inspiração em outros segmentos, tais como hotéis, jogos e artes para estas novas jornadas. E era sempre muito claro que precisávamos ser fluidos e sem atritos, que ganhasse agilidade na entrega de soluções para o negócio - o que era um desafio com a arquitetura de dados e sistemas que tínhamos na época.

Assim, criamos o nosso padrão de arquitetura, baseado na integração, mobilidade e segurança da informação, e a partir daí todas as soluções, construídas ou adquiridas, tinham de seguir o padrão. E, para os legados, desenvolvemos um calendário para a adequação, dando prioridade aos que participam nestas duas jornadas.

O Iguatemi 365 foi fundado com uma primeira arquitetura API, devido à totalidade das integrações necessárias para o modelo operacional com os lojistas, e devido à necessidade de consumir e enviar dados em real-time em conjunto com as lojas integradas.

A escolha de uma arquitetura centralizada na utilização de APIs nos permite uma grande flexibilidade na construção das nossas integrações com uma gama extremamente heterogênea de sistemas na vanguarda da loja, na construção dos nossos sistemas de back-office (100% API orientada para o consumo).

E também nos permite construir e montar a nossa estratégia futura sobre a evolução dos nossos produtos, de uma forma cada vez mais dissociada.





## 5 - Que mudanças foram feitas, como as aplicou em todo o seu negócio e houve alguma resistência à mudança digital?

Decidimos iniciar este movimento de uma forma pequena e controlada. Foram selecionados dois projetos de duas novas plataformas: Loja CRM e Programa Um. Criamos na nossa equipa de TI uma célula digital, chamada iLabs, com perfis técnicos variados - arquitetura, integração e DEVs, e pessoas

treinadas pela nossa equipe para conceber os MVPs com negócio, utilizando as técnicas de Design Sprint e Design Thinking.

Percebemos que este formato não é o melhor para cada tipo de problema e que as áreas de negócio têm maturidades diferentes - e consequentemente maior, ou menor, abertura à mudança.

O Iguatemi 365 é um e-business formado por um ecossistema de produtos e serviços digitais em constante evolução (incluindo a nossa arquitetura digital é abordada diariamente como um produto em

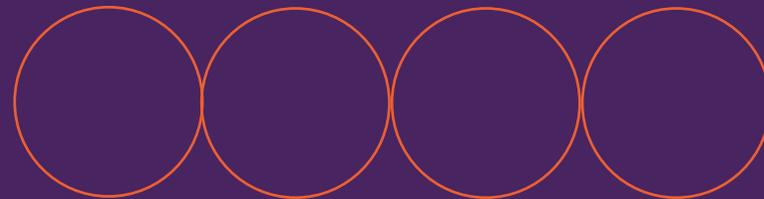
constante evolução), e esta mentalidade está presente desde a sua concepção em todas as áreas do Iguatemi 365. Utilizamos o modelo de melhoria contínua, prototipagem, MVPs, gestão visual, com base na governação e metodologias ágeis para a evolução do nosso ecossistema digital. A difusão da cultura digital é algo constante, que permeia todos os níveis e áreas e que faz parte do nosso DNA.

## 6 - Algum problema/desafio inesperado que se tenha apresentado?

Um dos desafios enfrentados por todas as plataformas e soluções do Iguatemi foi desenvolver este modelo de trabalho híbrido, com algumas equipes e projetos a funcionar com agilidade e outros em cascata, para além da coexistência de tecnologias de integração tão diferentes durante o período de transição.

Como não temos capacidade de escalar, algumas áreas permanecem partilhadas, tais como a arquitetura e a segurança da informação, o que em alguns casos gera gargalos em projetos que necessitam de tempos de resposta mais rápidos.

Um dos principais desafios que enfrentamos, mas que faz parte da proposta de valor do Iguatemi 365, é a criação de uma camada de integração que se adapta aos vários sistemas de loja frontal, reduzindo ao máximo o atrito dos lojistas para realizar a integração com a nossa plataforma. Isto deve-se à diversidade de tecnologias, normas, modelos, armazenamento de dados existentes no mercado de ERPs, e à particularidade de cada lojista.



## 7 - Como é que a melhora da sua arquitetura digital ajudou durante a pandemia?

O distanciamento social nos colocou à frente do desafio de nos mantermos ligados não só aos nossos clientes, mas em geral, ao trabalho, amigos, família e a tudo o que nos é especial. E, neste contexto, o ambiente digital ganhou ainda mais relevância. Os clientes que antes da pandemia não estavam tão familiarizados com as compras online começaram a experimentar o consumo digital.

No nosso caso, conseguimos agir muito rapidamente, aumentando o nosso compromisso com o nosso mercado, o Iguatemi 365. A base de clientes do nosso comércio eletrônico aumentou cinco vezes desde o início da quarentena e o Iguatemi 365 já conta com mais de 300 marcas e cerca de 15.000 produtos disponíveis. Ainda temos novas marcas com contratos assinados planejado para começar a operar nos próximos meses e estamos muito otimistas quanto ao desempenho da plataforma.

## 8 - Sente que a estrutura digital que concebemos e implementamos em conjunto o ajudou a ultrapassar esta pandemia? Seria capaz de lidar sem esta nova estrutura e como é que ela tem ajudado a minimizar o impacto da pandemia?

O distanciamento social nos colocou à frente do desafio de nos mantermos ligados não só aos nossos clientes, mas em geral, ao trabalho, amigos, família e a tudo o que nos é especial. E, neste contexto, o ambiente digital ganhou ainda mais relevância. Os clientes que antes da pandemia não estavam tão familiarizados com as compras online começaram a experimentar o consumo digital.

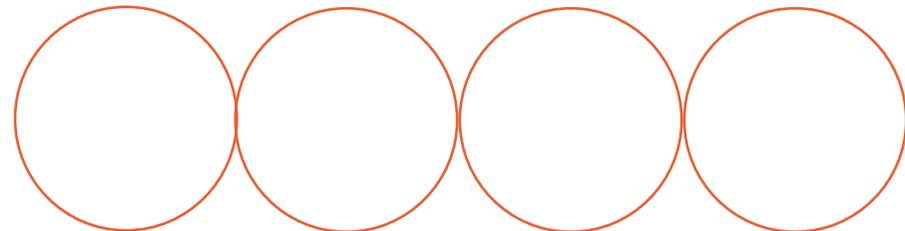
No nosso caso, conseguimos agir muito rapidamente, aumentando o nosso compromisso com o nosso mercado, o Iguatemi 365. A base de clientes do nosso comércio eletrônico aumentou cinco vezes desde o início da quarentena e o Iguatemi 365 já conta com mais de 300 marcas e cerca de 15.000 produtos disponíveis. Ainda temos novas marcas com contratos assinados planejado para começar a operar nos próximos meses e estamos muito otimistas quanto ao desempenho da plataforma.

## 9 - O que é que vão tirar deste avanço?

Neste momento, as soluções inovadoras são cada vez mais necessárias. Pensar na inovação faz parte da nossa perícia e cada vez mais irá permear as nossas ações. Já não se trata de uma questão física ou digital, mas de um complemento físico e digital entre si.

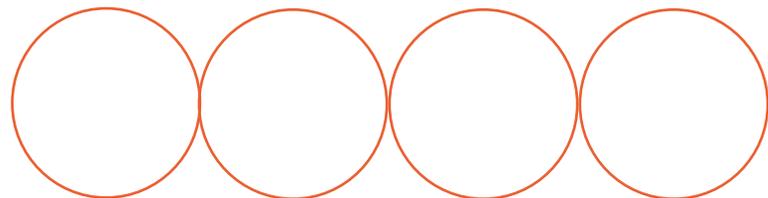
## 10 - Que mensagem daria a quem teme a mudança digital?

Temos notado que as pessoas estão mais ligadas e digitais hoje em dia. Estão à procura de conforto, conveniência e uma ótima experiência de compra. Ao fornecer um serviço 100% integrado e multi-channel, percebemos que podemos melhorar a confiança do consumidor, que tem mais formas de se conectar com a marca. O curto prazo de entrega, as facilidades de troca e uma boa relação com o consumidor para acompanhar toda a viagem de compra são fatores que também contribuem para esta mudança.



## 11 - Quais foram os resultados deste projeto para o Iguatemi?

O Iguatemi é uma empresa pública e não abre, separadamente, as receitas da Iguatemi 365. O mercado é uma nova área de negócio e vem apresentando um bom desempenho da plataforma. Como prova disso, aceleramos o nosso processo de expansão e já estamos em 10 capitais, para além do Estado de São Paulo, por exemplo. Desde março, aumentamos cinco vezes a nossa base de clientes e expandimos o nosso mix, trazendo mais de 220 novas marcas a curto prazo. Continuamos concentrados no crescimento do Iguatemi 365 e otimistas com o seu processo de maturação e crescimento do mercado.

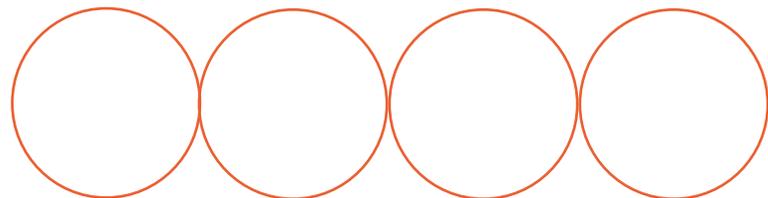


## 12 - Que mais fez a Sensedia, para além da tecnologia, para o ajudar a chegar a este ponto? E quais foram os aspectos chave da Sensedia que o ajudaram a tirar o máximo partido deste projeto?

A nossa parceria com a Sensedia e o seu funcionamento flexível no dia-a-dia é extremamente valiosa para a implementação do roteiro dos dias do cliente e do lojista, e também para a expansão do Iguatemi 365 de uma forma sólida e escalável. Através de interações constantes com a equipe de Developer Experience, podemos fazer o melhor uso da plataforma, nos manter atualizados sobre as melhores práticas e otimizar os nossos processos e integrações.

### 13 - Quais foram os 'benefícios ocultos' da estratégia?

Temos a força e o reconhecimento da nossa marca única em todo o território brasileiro. O primeiro benefício é a curadoria e qualidade da mistura de marcas que temos no Iguatemi 365, devido à relação que temos construído ao longo dos anos. Outra característica distintiva é a área exclusiva de conteúdos de moda e estilo de vida no mercado. Os consumidores também podem criar a sua lista de desejos na plataforma e podem participar no programa de fidelidade Iguatemi One.



### 14 - Quais são as expectativas para os próximos meses? Considerando que temos eventos que irão aumentar a procura mesmo ao virar da esquina (como o Natal) - A sua Arquitetura está preparada para este aumento sazonal da procura?

Começamos a nossa preparação para os picos sazonais no início de cada semestre (Dia das Mães em Janeiro e Black Friday e Natal em Julho) para assegurar a melhor experiência para os lojistas e clientes - ganhamos velocidade e escalabilidade com a arquitetura que construímos.

A nossa preparação para estes eventos sazonais (Black Friday, Natal, etc.) está na fase final e estamos nos preparando para fornecer o melhor serviço ao cliente com a excelência e qualidade da marca Iguatemi, seja no ambiente digital ou físico.

Toda a arquitetura foi construída para ser escalável de acordo com a procura, e sobretudo para satisfazer as expectativas dos nossos lojistas e clientes integrados. Estes são eventos muito importantes e todas as equipas e parceiros do Iguatemi 365 estão extremamente empenhados em proporcionar a melhor experiência possível para todos.



## 15 - Qual é o papel dos Shopping Centers em ajudar os lojistas a prosperar? Não só durante estes tempos difíceis, mas também para os ajudar a lidar com a mudança de comportamento dos consumidores?

O nosso papel é implementar algumas políticas para apoiar os nossos lojistas e manter a saúde financeira da empresa. Neste período de crise, isentamos significativamente as rendas e aplicamos severas reduções de custos e despesas em múltiplas frentes.

Por outro lado, como sempre fomos uma empresa com de olho na inovação, este momento nos trouxe também uma oportunidade para repensar alguns modelos. O momento atual exige cada vez mais soluções inovadoras para satisfazer as novas necessidades de todos. Ter um pensamento orientado para a inovação faz parte da nossa estratégia e cada vez mais irá permear as nossas ações.

Não se trata do físico ou do digital, mas da marca permanecer perto do cliente em todos os canais possíveis. Ter diversidade e flexibilidade é o que tornará qualquer marca segura para continuar a funcionar.

Também acreditamos que os consumidores vão procurar cada vez mais marcas que tenham sido transparentes e tenham demonstrado o seu toque humano no momento mais difícil da crise.

Com a nossa curadoria, podemos oferecer o que esta nova geração de consumidores procura. A sustentabilidade e a responsabilidade social devem estar mais do que nunca na ordem do dia. Esta é já uma tendência que a nova geração tem vindo a mostrar e deve ser também um fator na decisão de compra.

Como uma empresa de retail deve repensar a sua cadeia de produção, imagino que alguns usuários vão questionar as suas relações de consumo e a sua responsabilidade no rastreio de poluição global gerada pelo transporte de mercadorias.



Conectando ideias,  
negócios e pessoas.

Para mais conteúdo como este, acesse:

