

Melhor do que o esperado

Como a nuvem e a IA trabalham juntas
no setor de varejo

Em colaboração com:



Introdução

Varejistas estão utilizando aplicações na nuvem e com IA para aprimorar o desempenho on-line e nas lojas físicas. A experiência do cliente é uma prioridade, desde representantes virtuais de atendimento até recomendações personalizadas de produtos, entregas otimizadas e gerenciamento ágil de estoques. Os varejistas, que já lidavam com o transtorno dos seus modelos tradicionais de negócios, foram impactados de maneira especialmente dura pela pandemia, o que tornou ainda mais urgente a jornada para a nuvem e IA.

A Oxford Economics e a IBM recentemente entrevistaram 6.000 executivos seniores de TI, incluindo 1.200 do ramo de varejo, a fim de melhor compreender as estratégias para a adoção da nuvem e da IA. As principais constatações resultantes das análises que fizemos das respostas do setor de varejo incluem:

- Os varejistas vêm consistentemente adotando a nuvem, sendo que muitos deles estão mudando para um ambiente híbrido ou multinuvem híbrido.
- A experiência e a satisfação do cliente definem o que é sucesso para a maioria dos varejistas, que estão transferindo para a nuvem cargas de trabalho de aplicações voltadas ao cliente, e, com isso, obtendo retornos precoces dos seus esforços em termos de atendimento ao cliente.
- Desafios organizacionais, como a dificuldade para gerenciar as mudanças ou a criação de um plano de adoção, frequentemente dificultam a adoção da nuvem e IA; questões orçamentárias e da força de trabalho também representam um obstáculo para os varejistas menores.
- A nuvem é considerada crítica para a estratégia de IA em diversas áreas. Os varejistas mais avançados na adoção das duas tecnologias estão mais propensos que todos os demais a afirmar que a nuvem acelerou o ROI em diversas áreas, incluindo a eficiência de operações comerciais, capacitação da força de trabalho e agilidade.

Sobre a pesquisa

Amostra total: 6.000 CIOs, CTOs, Vice-presidentes de TI e cargos equivalentes de organizações que utilizam nuvem e IA de alguma forma.

Abrangência de setores: varejo, telecomunicações, manufatura, serviços financeiros, prestadores de assistência médica e planos de saúde.

Abrangência de países: Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, Chile, China, Colômbia, Costa Rica, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, México, Nova Zelândia, Panamá, Peru, Porto Rico, Arábia Saudita, Singapura, África do Sul, Coreia do Sul, Espanha, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido e Estados Unidos.

Datas das pesquisas: entre maio e agosto de 2020.

A grande mudança para a nuvem

A transformação digital constante do setor de varejo em torno de redes omnichannel, cadeias de suprimentos flexíveis e experiências personalizadas para os clientes depende de análises avançadas, insights velozes e as estratégias de nuvem para respaldar tudo isso. Dois subconjuntos de entrevistados estão mais avançados na adoção da nuvem (denominados estrategistas de nuvem; 29% dos varejistas na nossa amostra se qualificam) ou da nuvem e IA juntas (denominados unificadores de nuvem e IA; 17% se qualificam).

Os **estrategistas de nuvem** e os **unificadores de nuvem e IA** estão mais propensos a afirmar que as suas operações de tecnologia em torno da segurança, infraestrutura, aplicações e outras áreas são eficazes em termos de entregar valor, e os **unificadores de nuvem e IA** têm maior probabilidade de afirmar que o uso que eles fazem da nuvem acelerou o ROI em diversas áreas. Entretanto, até mesmo os pioneiros na adoção têm muito trabalho pela frente até obterem ROI técnico e comercial significativos como resultado dos seus esforços de uso conjunto de nuvem e IA.

A mudança para ambientes de hospedagem na nuvem está em pleno andamento ao longo de todo o setor de varejo. Ao passo que apenas 22% das aplicações, em média, estavam na nuvem dois anos atrás, os varejistas afirmam que esse número subiu para 40% atualmente, e espera-se que atinja 57% até 2022 – e 61% afirmam que investir na nuvem se tornou mais importante desde o início da pandemia da COVID-19.

Em diferentes setores, as organizações estão mudando para ambientes de hospedagem de nuvem híbrida e multinuvem híbrida (uma combinação de nuvens privadas e públicas, assim como diversos locais ou dispositivos na nuvem). Esta tendência fica especialmente evidente no setor de varejo, onde 73% estão em ambiente híbrido atualmente (comparado a 64% da média intersetorial), e espera-se que 80% (comparados a 73%) estejam dentro de dois anos.

O uso crescente de ambientes híbridos pode refletir o foco dos varejistas nas experiências digitais dos clientes, que cada vez mais dependem de infraestrutura flexível. De fato, aplicações voltadas ao cliente estão entre as cargas de trabalho mais propensas a estarem em ambientes híbridos hoje (61% dos varejistas afirmam que sim), juntamente com o desenvolvimento de aplicações com IA (61%) e tarefas de Big Data ou aprendizado de máquina (57%) – ambos os quais também respaldam melhores experiências para os clientes.

Aqueles que descrevem o seu ambiente de hospedagem como multinuvem híbrida estão mais satisfeitos com aquele ambiente do que usuários de outros tipos de nuvem, uma tendência que reforça as respostas de vários outros setores. Quase metade (49%) dos usuários de multinuvens híbridas do setor varejista estão altamente satisfeitos com o seu ambiente de hospedagem, comparados a 22% dos usuários de nuvens híbridas e privadas, e apenas 10% dos usuários de nuvens públicas.

Desafios organizacionais, em vez de tecnológicos, tendem a estagnar a integração da nuvem, com dificuldades na implantação de um plano de adoção, gerenciamento das mudanças e determinação de onde as aplicações devem ser hospedadas citados como os maiores obstáculos. Em última análise, retornos quantificáveis tendem a impulsionar a estratégia: O ROI é o fator preponderante para o setor de varejo nas decisões sobre onde desenvolver e hospedar aplicações, seguido pela complexidade da aplicação comercial e a necessidade relativa de escalabilidade.

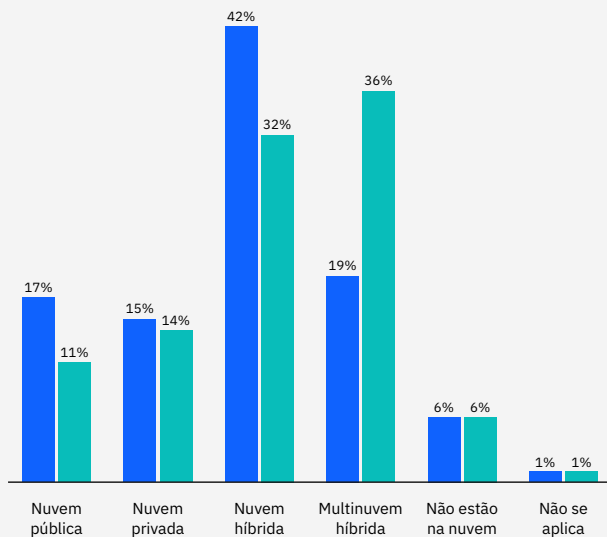
Varejistas de diferentes portes devem abordar a adoção da tecnologia de maneiras diferentes, considerando os recursos disponíveis, necessidades dos clientes e realidades econômicas. Os varejistas de menor porte em nossa amostra têm maior probabilidade de fazer parte de um ambiente de nuvem inteiramente pública hoje (29% contra 11% das empresas de maior porte), as maiores empresas em nossa pesquisa – aquelas com mais de 20.000 funcionários – estão mais propensas a estar em um ambiente de nuvem inteiramente privado. Os desafios também variam de acordo com o porte da empresa, sendo que os varejistas menores têm maior probabilidade de citar questões orçamentárias, a falta de capacitação na organização e a falta de suporte da diretoria executiva.

Figura 1: Cargas de trabalho na nuvem, hoje e em dois anos.

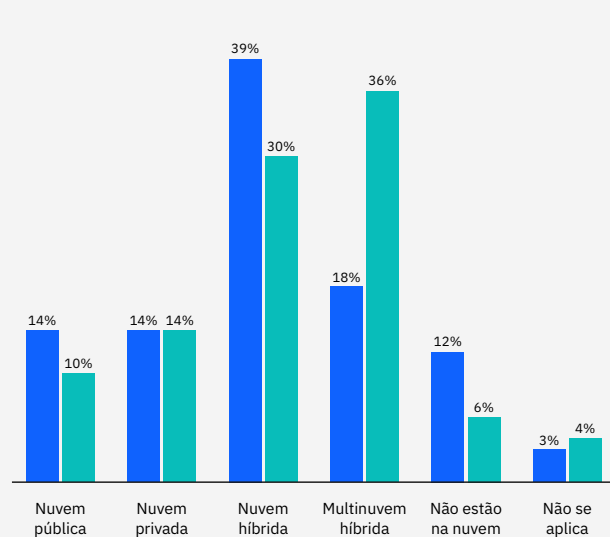
P: Quais tipos de cargas de trabalho estão na nuvem hoje em sua organização e onde estão hospedadas? E em dois anos? São apresentadas opções selecionadas.

Base = 1.200

Aplicações voltadas ao cliente



Big Data ou cargas de trabalho de aprendizado de máquina



A experiência do cliente impulsionada pela IA

Atender às necessidades dos clientes depende da otimização de mais do que apenas a entrega do serviço final. Os varejistas devem construir cadeias de suprimentos responsivas, otimizar as operações, levar em consideração as interações com os clientes em todos os canais, e oferecer cada vez mais experiências personalizadas. Acertar todas essas coisas irá exigir que varejistas de todos os portes e níveis de maturidade de TI integrem a inteligência artificial aos processos e infraestruturas de TI existentes.

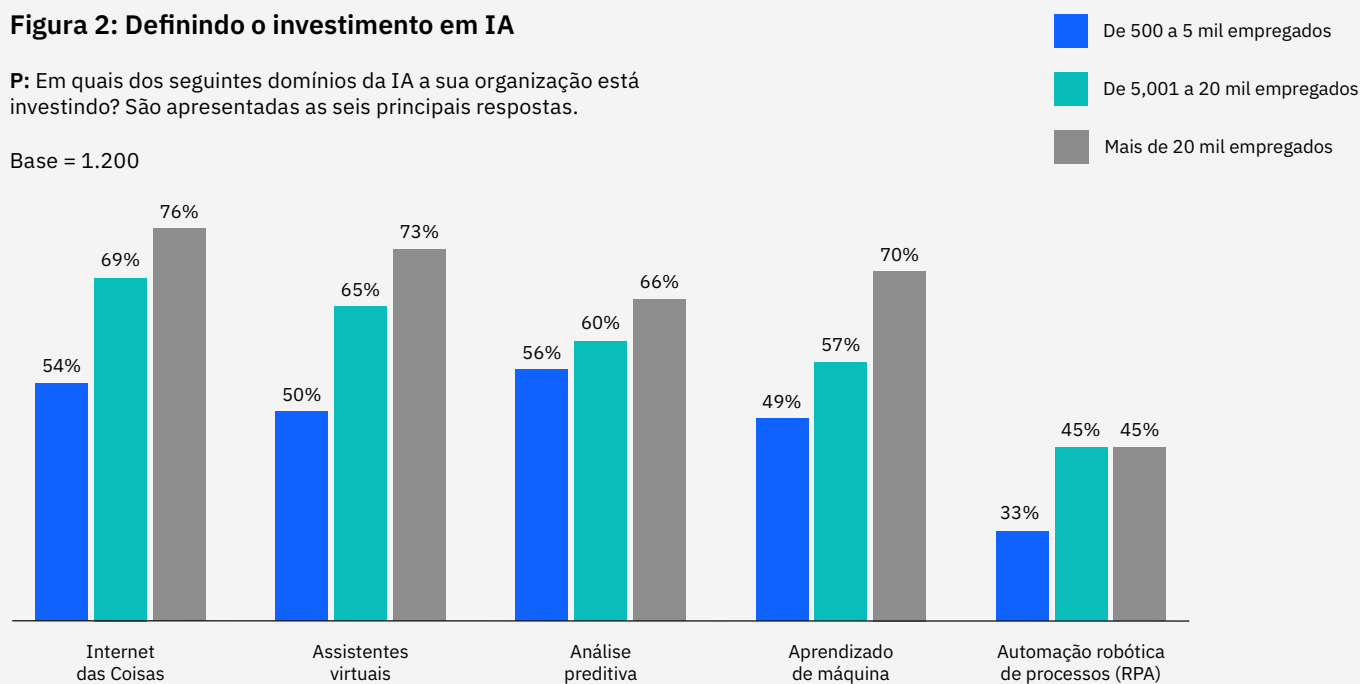
Não há um único motivador para a implementação da IA. A modernização dos processos comerciais e a melhoria das experiências dos clientes são os principais impulsionadores da implementação da IA, mas a automação, o desenvolvimento de novos modelos de negócios e o aumento da competitividade não ficam para trás na lista de prioridades.

Esta gama de aplicações comerciais em potencial pode ser decorrente da natureza da IA e a tecnologia que ela capacita. Ao perguntarmos em quais domínios da IA as organizações estavam investindo, a Internet das Coisas (IoT), assistentes virtuais, análises preditivas e aprendizado de máquina foram citadas como as mais lembradas. Essas tecnologias podem ser implantadas em diferentes partes do negócio: por exemplo, assistentes virtuais podem dar apoio a funcionários de call centers enquanto as análises preditivas identificam riscos para a cadeia de suprimentos a curto e a longo prazo e mudanças nas exigências dos clientes.

Figura 2: Definindo o investimento em IA

P: Em quais dos seguintes domínios da IA a sua organização está investindo? São apresentadas as seis principais respostas.

Base = 1.200



Os grandes varejistas estão mais avançados na adoção de tecnologias, o que indica um fosso digital, também visto em outros setores. Quase três quartos (73%) dos varejistas com mais de 20.000 funcionários estão investindo em assistentes virtuais, comparados a 59% das organizações de menor porte na pesquisa. Eles também estão mais avançados na Internet das Coisas (IoT) (76% contra 63%) e aprendizado de máquina (70% contra 54%), e têm maior probabilidade de afirmar que a IA já foi implantada no atendimento ao cliente, automação de processos, operações de TI, entre outras áreas.

Muitas organizações sofrem com conhecidos desafios à medida em que implementam a IA. Os principais obstáculos para a adoção incluem a dificuldade para gerenciar as mudanças (36%) e a criação de um plano de adoção (32%), juntamente com dificuldades para determinar onde os dados devem ser hospedados ou para desenvolver modelos com múltiplos provedores de IA (29% cada).

A recompensa da nuvem e da IA

No que se refere aos investimentos combinados em nuvem e IA, as empresas de varejo têm percebido retornos em atendimento ao cliente e experiências do cliente. Aproximadamente 17% dos varejistas se enquadram no subconjunto de entrevistados cujas organizações estão mais avançadas que outras em termos de adoção tanto da nuvem como da IA, um grupo que está mais propenso a afirmar que a nuvem acelera o ROI em várias áreas.

As principais vantagens para os varejistas de utilizar a nuvem para a IA incluem melhora nas experiências dos clientes (citada como grande vantagem por 37%), produtos e serviços de melhor qualidade (31%), maior flexibilidade (28%) e o desenvolvimento de novos produtos e serviços (27%).

Essas vantagens ajudam a explicar por que muitos já estão considerando a nuvem e a IA como partes de uma estratégia unificada. Mais de três quartos (79%) dos executivos do setor de TI no varejo – uma porcentagem superior à amostra em geral – consideram que uma plataforma unificada para nuvem, dados e IA é essencial para o sucesso a longo prazo das suas organizações. Um número semelhante (77%) menciona que a nuvem é uma base essencial para o gerenciamento de dados e IA, e que a nuvem é utilizada em conjunto com a IA (75%). De fato, a nuvem tem maior probabilidade de ser utilizada em conjunto com a IA do que qualquer outra tecnologia, incluindo a Internet das Coisas, dispositivos móveis e análises preditivas.

Nossa análise dos dados da pesquisa identificou dois grupos de desempenho superior que estão mais avançados na adoção da nuvem e da IA.

- Para se qualificar para o grupo dos **estrategistas de nuvem**, os entrevistados devem relatar uma porcentagem acima da média de aplicações na nuvem dois anos atrás, atualmente e daqui a dois anos. 29% dos entrevistados se qualificam.
- Para se qualificar para o grupo dos **unificadores de nuvem e IA**, os entrevistados devem atender aos critérios acima; relatar que mais de um quinto das novas aplicações incorpora a IA; usar a nuvem em combinação com a IA; e concordar que uma plataforma unificada para nuvem, IA e dados é essencial para obter sucesso. 17% dos varejistas entrevistados na nossa amostra se qualificam.

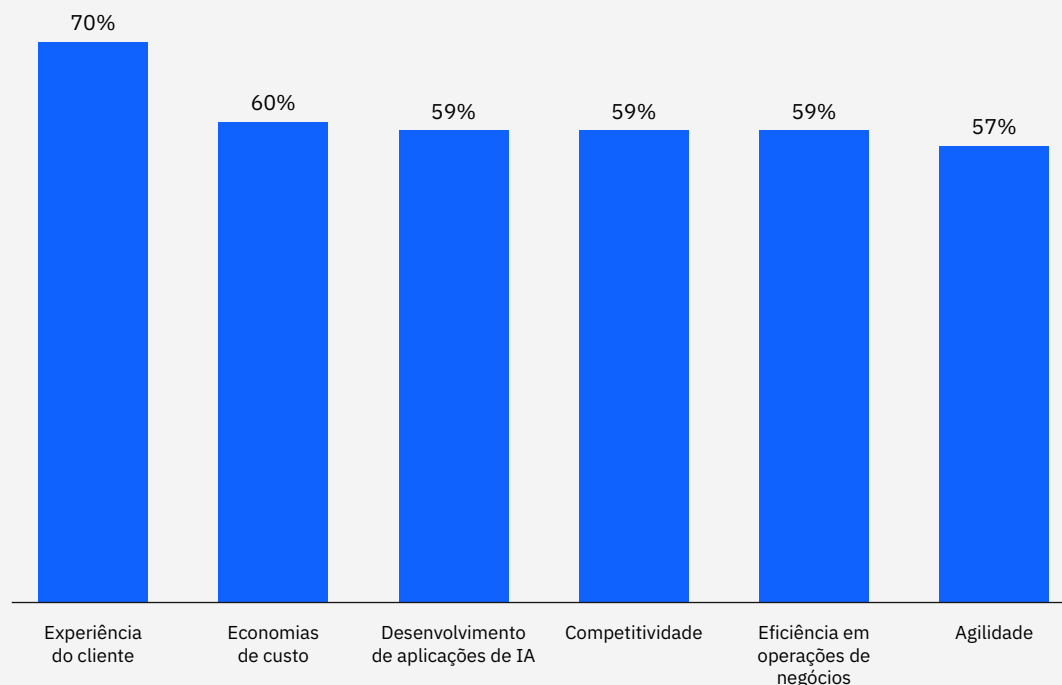
Esses entrevistados estão mais propensos a relatar um forte desempenho em algumas áreas; os **estrategistas de nuvem** e os **unificadores de nuvem e IA** têm maior probabilidade de relatar ROI como resultado dos seus projetos combinados de nuvem e IA em termos de atendimento ao cliente; os **unificadores de nuvem e IA** do setor de varejo também estão mais propensos que todos os demais a obter custo-benefício em termos de recursos humanos e operações financeiras. Entretanto, até mesmo os pioneiros na adoção têm muito trabalho pela frente até obter o custo-benefício integral da nuvem e IA.

Muitos caracterizam o uso que fazem da nuvem como significativamente importante ou essencial para a IA em termos de facilitar o compartilhamento de dados (48%), facilitar as análises e o aprendizado de máquina (46%), expandir a rede de desenvolvedores para aplicações com IA (45%) e hospedar aplicações com IA (47%). Quase três quartos afirmam que a nuvem acelerou o ROI em termos de experiência do cliente (70%), e o atendimento ao cliente é a área mais citada do ROI comercial.

Figura 3: Como a nuvem acelera o ROI

P: Até que ponto o uso que a sua organização faz da nuvem permitiu ou acelerou um retorno sobre os investimentos (ROI) positivo nas seguintes áreas? Respostas: “Bastante” e “Significativamente”; são apresentadas as seis principais respostas.

Base = 1.200



Conclusão

Espera-se que a rápida adoção da nuvem e da IA transforme o setor de varejo nos próximos anos à medida em que o setor busca atender às necessidades em evolução dos clientes, aumentar a visibilidade da cadeia de suprimentos, desenvolver novos produtos e serviços e permanecer competitivo contra os gigantes do setor.

À medida em que as exigências das plataformas e das experiências dos clientes mudam, os varejistas buscam o apoio da tecnologia para ajudá-los a agregar mais valor por meio da redução dos desafios aos recursos e o aumento das oportunidades de inovação dentro e fora das organizações. Juntas, a nuvem e a IA demonstraram a capacidade de entregar valor para essas empresas varejistas, embora o potencial ainda precisa ser totalmente adquirido.

Para mais informações sobre como as empresas de diversos setores estão adotando a nuvem e a IA, bem como as melhores práticas para a implementação das tecnologias, [consulte o relatório completo da pesquisa](#).

© Copyright IBM Corporation 2020

IBM Hybrid Cloud
IBM Brasil Ltda Rua Tutóia, 1157
CEP 04007-900
São Paulo – SP
Brasil

Produzido nos Estados Unidos da América –
Janeiro de 2021

IBM, o logotipo da IBM e ibm.com são marcas comerciais da International Business Machines Corp., registradas em diversas jurisdições no mundo todo. Os nomes de outros produtos e serviços podem ser marcas comerciais da IBM ou de outras empresas. Uma lista atual das marcas comerciais da IBM está disponível no site www.ibm.com/legal/copytrade, em “Informações sobre direitos autorais e marcas comerciais”.

Este documento está atualizado na data inicial de publicação e pode ser alterado pela IBM a qualquer momento. Nem todas as ofertas estão disponíveis em cada país no qual a IBM opera.

AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NESTE DOCUMENTO SÃO FORNECIDAS “COMO SÃO” SEM NENHUMA GARANTIA, EXPRESSA OU IMPLÍCITA, INCLUINDO SEM NENHUMA GARANTIA DE COMERCIALIZABILIDADE, ADEQUAÇÃO PARA UMA FINALIDADE ESPECÍFICA E NENHUMA GARANTIA OU CONDIÇÃO DE NÃO VIOLAÇÃO. Os produtos IBM são garantidos de acordo com os termos e condições dos contratos ao abrigo dos quais eles são fornecidos.

