

INFORMATIVO SINDIFLORES

ANO 21 – EDIÇÃO 04
FEVEREIRO/2025



O uso da Inteligência Artificial no Varejo Melhora a Experiência do Cliente

A Inteligência Artificial (IA) está transformando o varejo, tornando as operações mais eficientes e a experiência do consumidor mais personalizada. Com essa tecnologia, as empresas conseguem adaptar ofertas, automatizar processos e aprimorar a jornada de compra, inaugurando uma nova era no setor. No Brasil, discute-se a regulação da IA para garantir um equilíbrio entre inovação e segurança, assegurando que os benefícios alcancem tanto o mercado quanto a sociedade.

Uma das principais vantagens da IA é a personalização em tempo real. Com base no comportamento de compra dos clientes, ferramentas inteligentes oferecem recomendações sob medida, tornando os produtos mais relevantes. Grandes varejistas já utilizam esses algoritmos para impulsionar as vendas. Em lojas físicas, vitrines digitais ajustam ofertas conforme o perfil do público, criando uma experiência de compra integrada e customizada.

Além disso, assistentes virtuais e chatbots garantem suporte e solução de dúvidas 24 horas por dia, melhorando o atendimento ao mesmo tempo que reduzem custos operacionais. Durante períodos de alta demanda, a automação no atendimento garante respostas rápidas e consistentes.

Outro ponto forte da IA no varejo é a gestão de estoques e a previsão de demanda. Com modelos preditivos que analisam histórico de compras e fatores externos como clima e sazonalidade, as empresas podem antecipar necessidades de reposição com mais precisão. Isso evita desperdícios e escassez de produtos, garantindo uma operação mais eficiente e rentável.

Nos pontos de venda, a automação também está ganhando espaço. Caixas de autoatendimento que reconhecem produtos e processam pagamentos rapidamente se tornam cada vez mais comuns, oferecendo mais comodidade ao cliente e reduzindo filas, o que melhora a experiência de compra.

A integração *omnichannel* é outra revolução impulsionada pela IA. A capacidade de centralizar os dados do consumidor permite que a jornada de compra seja fluida e coerente entre os canais online e offline. Assim, um cliente que inicia uma compra na internet pode receber sugestões personalizadas ao visitar uma loja física, fortalecendo sua relação com a marca.

Além disso, a IA possibilita que os varejistas compreendam melhor a percepção de suas marcas por meio do monitoramento de redes sociais e avaliações online. Isso permite ajustes rápidos nas estratégias de marketing e atendimento, aprimorando a satisfação do cliente e incentivando sua fidelização.

A Inteligência Artificial já é uma realidade consolidada no varejo, promovendo personalização, automação e eficiência.

No entanto, seu uso precisa ser regulamentado para garantir um equilíbrio entre proteção ao consumidor e liberdade para inovação. Com uma regulamentação adequada e ética, o varejo brasileiro pode continuar evoluindo, proporcionando experiências de compra cada vez mais ágeis, inteligentes e competitivas em um mercado global dinâmico.

Kelly Carvalho é assessora da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP).

O Sindiflores reúne empresários, especialista e consultores para fomentar e desenvolver o comércio varejista de flores e plantas ornamentais. Atua junto ao governo para a desburocratização e pela modernização empresarial, com propostas e soluções que possam viabilizar a vida do empreendedor. Representa 4.734 empresas, que empregam mais de 11.000 pessoas diretamente e mais de 5.000 indiretamente.

Se deseja não receber mais mensagens como esta, responda esse e-mail com a palavra CANCELAR

Sindiflores

Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo

Telefone e Whatsapp: [\(11\) 3865-7475](tel:(11)3865-7475) E-mail: secretaria@sindiflores.com.br

<https://www.facebook.com/sindifloressp> www.sindiflores.com.br https://www.instagram.com/sindiflores_sp