

Conhecendo os
estágios da criação
de valor da IA para o
Varejo



Resumo executivo

A IA percorreu um longo caminho desde 1956, quando John McCarthy usou pela primeira vez o termo em uma conferência que organizou no Dartmouth College.¹ O ritmo sem precedentes de inovação, juntamente com a acessibilidade do ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa, levaram-na praticamente a todas as organizações.

Considerando o número de tecnologias de IA, os usos possíveis e a variedade de oportunidades, pode ser desafiador saber por onde começar.

Para entender melhor os principais impulsionadores da preparação para a IA e seu impacto na preparação para a IA, a Microsoft encomendou à IPSOS um estudo para realizar um estudo usando dados qualitativos de especialistas e dados quantitativos de mais de 1.300 líderes empresariais e de tecnologia da informação em diversas indústrias e regiões.²

Em seguida, a IPSOS usou os dados da pesquisa para criar um modelo preditivo a fim de ajudar a identificar o estágio de preparação para a IA, desde a exploração até a realização.

Este livro fornece nossas descobertas de pesquisa para o varejo, com foco em como os líderes da indústria podem perceber o valor da IA.

Resumo da indústria

Varejo

Os varejistas já vêm percebendo o valor da IA. 21% dos varejistas têm um diretor de IA, e um quarto dos varejistas prioriza a nuvem, mostrando sua posição de liderança no desenvolvimento de soluções para experiências voltadas para o cliente.

Aproveite nossos insights específicos do varejo e casos de uso para agregar valor com a IA. Com base em um estudo encomendado pela Microsoft e conduzido pela IPSOS, este guia identifica os principais estágios de prontidão e impulsionadores da IA, além de oferecer práticas recomendadas e próximas etapas para alcançar o valor com a IA no varejo.

89

Os tomadores de decisão do varejo participaram desta pesquisa

Pesquisa, metodologia e modelagem

Mercado	Total	Tomadores de decisões de TI	Tomadores de decisões de negócios
Estados Unidos da América	n = 500	251	249
Índia	n = 200	100	100
Reino Unido	n = 200	100	100
Alemanha	n = 207	103	104
Japão	n = 206	105	101

A pesquisa por trás deste e-book incluiu várias fases conduzidas pela IPSOS em nome da Microsoft. Em agosto de 2023, a IPSOS realizou um workshop especializado com representantes de negócios e acadêmicos. Em seguida, eles realizaram uma pesquisa quantitativa (de setembro a outubro de 2023) de tomadores de decisões de TI e de negócios empresariais (BDMs e ITDMs) sobre o tema da preparação para a IA e o sucesso.

Esses tomadores de decisão tinham responsabilidade orçamentária; abrangiam uma combinação de fatores de negócios e departamentos, e representaram organizações corporativas ou de mercado médio superior (mais de 500 funcionários para empresas dos EUA, mais de 300 funcionários para mercados globais). Eles também

cobriram 4 indústrias principais, serviços financeiros (212 indivíduos), saúde (153 indivíduos), manufatura (171 indivíduos) e varejo (89 indivíduos). Obtivemos informações de mais de 1.300 tomadores de decisão em vários mercados, incluindo Estados Unidos, Índia, Reino Unido, Alemanha e Japão.

A pesquisa incluiu mais de 40 perguntas relacionadas a cada um dos cinco impulsionadores do sucesso da IA: estratégia de negócios, tecnologia e estratégia de dados, estratégia e experiência de IA, organização e cultura e governança de IA. As análises e os modelos descritos neste artigo foram criados usando a análise multinomial logit para proteger o nível de preparação para a IA de cada impulsionador usando os itens

na pesquisa para cada um e, em seguida, a preparação geral da IA da avaliação prevista dos cinco impulsionadores.

Para cada estágio da preparação para a IA, o estudo identificou valores típicos para representar as características e oportunidades do estágio. Por exemplo, no estágio inicial "explorando", as respostas a todas as perguntas de escala foram definidas no valor 1. Da mesma forma, no estágio "planejando", as perguntas foram definidas no valor 2. Os valores servem como exemplos padrão para cada estágio. No entanto, as recomendações específicas para uma indústria podem ser diferentes, dependendo da situação e das oportunidades únicas da organização.

Resumo da preparação para a IA no varejo

A Inteligência Artificial na indústria do varejo já é muito mais eficiente e acessível. Os avanços na IA generativa permitem que a IA enfrente desafios complexos que antes eram impraticáveis. Hoje, os varejistas podem aproveitar a IA para oferecer serviços personalizados e aumentar sua resiliência em um mercado em constante mudança.

Entre as organizações de varejo:

10%

relatam um **retorno sobre o investimento** consistentemente alto com a implementação da IA

Média entre as indústrias: 7%

39%

procuram **reter ou aumentar a receita com os clientes** por meio de investimentos em IA

Média entre as indústrias: 30%

60%

dos **departamentos da marketing** estão usando a IA atualmente

Média entre as indústrias: 42%

28%

tem acesso a **PMEs na IA** para aconselhamento e consulta

Média entre as indústrias: 38%

54%

priorizam a **segurança e a conformidade** ao selecionar ferramentas e soluções de IA

Média entre as indústrias: 53%

40%

qualificam a equipe atual com treinamento específico de IA

Média entre as indústrias: 48%

51%

colaboraram com **provedores ou consultores externos de serviços de IA**

Média entre as indústrias: 44%

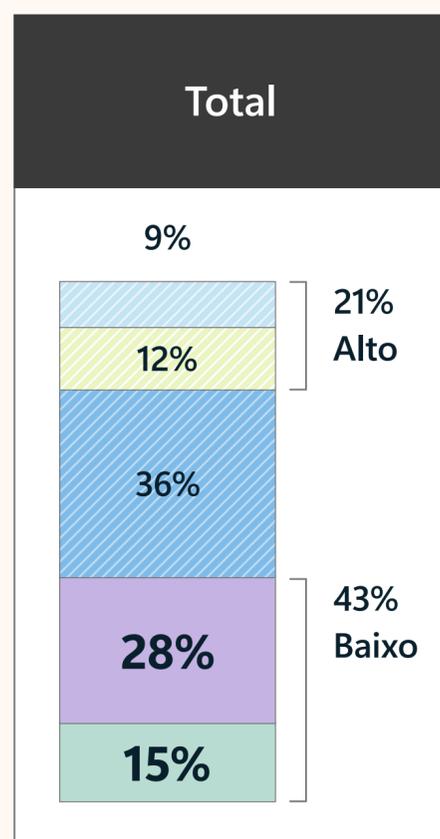
32%

testaram **aplicações de IA ou soluções assistidas por IA**

Média entre as indústrias: 22%

Insights sobre a prontidão para a IA do varejo

Estágios da preparação para a IA do varejo



Visão geral da preparação para a IA no varejo

Há uma ampla mistura em relação à preparação para a IA no varejo. Alguns varejistas estão na vanguarda, aproveitando consistentemente a IA em todas as suas operações para melhorar os relacionamentos com os clientes e gerar receita. No entanto, muitos ainda estão nos blocos iniciais, com 43% dos varejistas na **fase de “exploração” e “planejamento”**. Essa diversidade reflete a ampla categoria de varejistas, de lojas grandes a lojas boutique, e destaca a clara divisão entre as empresas que adotaram a tecnologia de nuvem no início e as que não adotaram. Cerca de 25% das empresas de varejo adotaram a tecnologia de nuvem no início, o que lhes deu uma vantagem na IA. No entanto, 8% dos varejistas ainda não começaram a usar serviços de nuvem, o que é uma porcentagem ligeiramente maior do que a média de 6% em todas as indústrias.

Impulsionadores da preparação para a IA do varejo

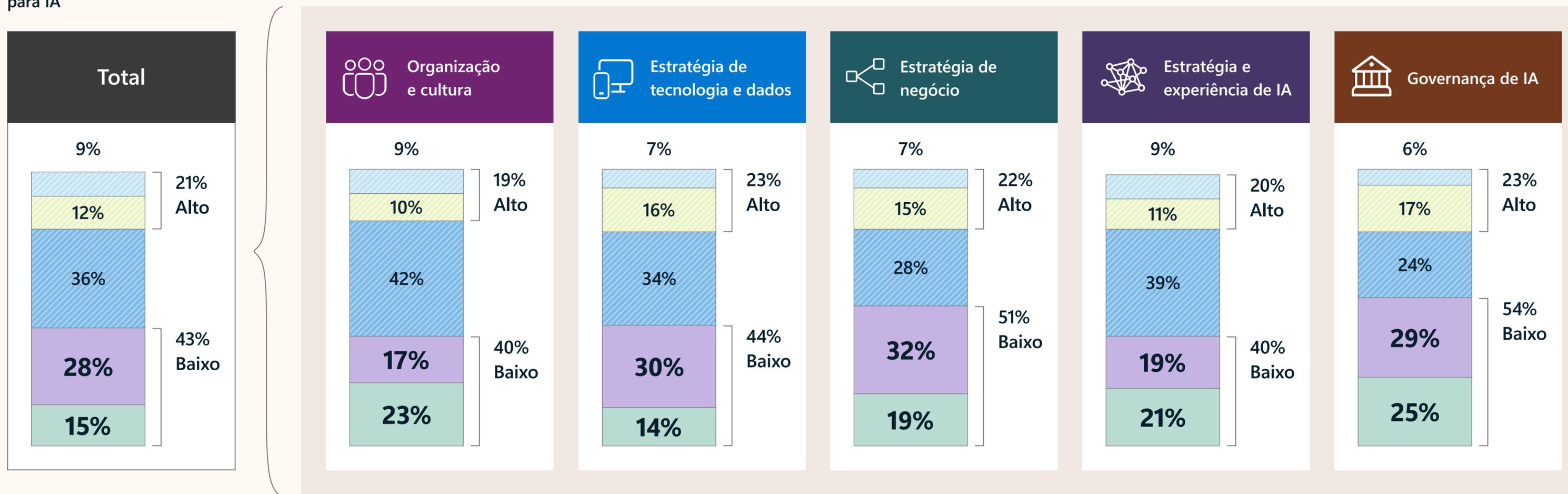
Nossa pesquisa realizada globalmente revela que as trilhas do varejo por trás de outras indústrias em “escala” e “realização” para **a organização e a cultura** estão um pouco abaixo da média em **estratégia e experiência de IA**. Em termos de **governança da IA**, uma proporção maior de organizações de varejo está nos estágios de “exploração” e “planejamento”, com 54% combinados, em comparação com a média de 49%. Essa diferença representa uma das maiores lacunas para o varejo entre os impulsionadores de preparação para a IA medidos.

Como profissional na indústria do varejo, concentre-se em avançar da fase de “planejamento”, continuando a priorizar o desenvolvimento de uma estratégia de negócios sólida de IA vinculada aos seus objetivos de negócios. Essa base permite que você vá da prova de conceito à implementação com êxito.



Impulsionadores da preparação para a IA do varejo

Impulsionadores do varejo e estágios de preparação para IA



Explorando Planejando Implementando Escalando Percebendo

Estágios da preparação para a IA dominantes do varejo: Exploração e planejamento

A maioria das empresas de varejo está nos **estágios de exploração e planejamento** com a oportunidade de usar a **estratégia de negócios** para perceber o valor da IA.

Principais impulsionadores para os estágios de exploração e planejamento



Estratégia de negócio

Nº 1 no ranking

Aproveitando a IA, os varejistas podem aprimorar suas operações e oferecer experiências excepcionais aos clientes. Ao elaborar uma estratégia de IA, os varejistas se concentram em personalizar e otimizar experiências dos clientes, antecipar a demanda por produtos populares, recomendar novos produtos, tornar-se mais resilientes a interrupções da cadeia de suprimento ou escassez de estoque e garantir uma experiência harmoniosa em todos os canais de engajamento com os clientes.

Principal tendência

- Simplificar as operações omni-channel, unificar a cadeia de fornecimento e melhorar as margens de lucro

Principais oportunidades

- Casos de uso priorizados, aprovados e socializados para IA
- IA usada para a tomada de decisões em tempo real

Descubra como moldar o futuro do varejo com aplicativos de negócios.



Estratégia de tecnologia e dados

Nº 2 no ranking (empate)

Proteger os dados contra ameaças em evolução é crucial, não apenas para os clientes, mas também para a empresa. Desde sistemas de ponto de venda e logs de estoque até uma vasta rede de bancos de dados de fornecedores, a propriedade de dados no varejo é tão rica quanto variada. Essa complexidade introduz uma ampla gama de desafios de segurança, tornando a segurança robusta dos dados um foco crítico.

Principal tendência

- Aumento das ameaças à segurança de hackers, golpes online e encolhimento na loja

Principais oportunidades

- Acesso a dados completos e relevantes para fins de modelagem de IA
- Infraestrutura em nuvem exclusiva

Identifique maneiras de se conectar com seus clientes, funcionários e dados com o Microsoft Cloud for Retail.



Organização e cultura

Nº 2 no ranking (empate)

As equipes de trabalho do varejo são, em sua maioria, jovens, os funcionários da linha de frente com alta rotatividade. Para aproveitar a IA de forma eficaz, os líderes devem abordar os temores sobre a substituição de trabalho, explicando claramente como a IA melhorará o local de trabalho. Imagine a IA como uma ferramenta para melhorar o trabalho, removendo tarefas comuns e repetitivas. Ao se concentrar em como a IA pode aumentar a satisfação e a segurança no trabalho, você abre caminho para a inovação que motiva suas equipes, tornando seu trabalho diário mais gratificante e envolvente.

Principal tendência

- Simplificar as operações omni-channel, a cadeia de fornecimento e melhorar as margens de lucro

Principais oportunidades

- A liderança comunicou claramente a visão e a importância da IA
- Disponibilidade de especialistas para contribuir para projetos de IA

Saiba como o Microsoft 365 para trabalhadores da linha de frente capacita os funcionários.

Acelere a inovação no varejo com a IA

O amplo espectro de preparação para a IA no varejo reflete a variedade de casos de uso e tipos de negócios na indústria. Em média, os varejistas estão nos estágios de “exploração” e “planejamento” da preparação para a IA.

Para avançar na preparação para a IA, concentre-se no desenvolvimento de uma estratégia de negócios robusta para avançar até o estágio de “implementação”, maximizando os benefícios da integração com a IA.

Existem oportunidades para aproveitar pontos fortes na organização e na cultura, apoiando a liderança para comunicar claramente a visão da IA e sua importância. Use sua estratégia de tecnologia e dados para fornecer acesso a dados relevantes e completos em uma infraestrutura de nuvem incorporada e garantir sua segurança.

➔ [Obtenha o e-book](#) completo para saber como desenvolver um roteiro de estratégia de IA para o sucesso e explorar insights mais valiosos da indústria.

➔ Descubra mais com [Microsoft Cloud for Retail](#).

Notas finais

1. Grace Solomonoff, "The Meeting of the Minds that Launched AI", 6 de maio de 2023, acessado em 29 de fevereiro de 2024, [The Meeting of the Minds That Launched AI – IEEE Spectrum](#).
2. Consulte a visão geral "[Pesquisa, metodologia e modelagem](#)" para obter mais informações sobre a pesquisa e abordagens analíticas que apoiam este estudo.