



## Comprar e vender pela Internet no setor automotivo ficou mais fácil com o Nérus O2

A Nérus, fornecedora de tecnologia para o varejo e distribuição, lança no mercado o Nérus O2, uma plataforma de integração que permite às empresas realizarem vendas através de suas lojas físicas e digitais de forma integrada. O Nérus O2 também pode ser compreendido como um OMS (sistema que integra os pedidos dos canais físicos e digitais). De forma prática, permite que o varejista entre no mundo digital (marketplace e/ou e-commerce) como se estivesse “abrindo mais uma loja”. Ele transforma a rede de lojas físicas numa rede omnichannel. Com o Nérus O2, as operações de compra, estoque, faturamento e financeira das duas frentes (física e virtual) podem ser controladas de forma unificada pela empresa sem a necessidade de trocar seu ERP.

“O Nérus O2 é um passo seguro para que a rede varejista inicie sua caminhada para o omnichannel, aproveitando todos os canais de venda em conjunto”, explica Cléber Piçarro, CEO da Nérus. “Como ele pode ser integrado aos principais softwares de gestão do mercado, o Nérus O2 unifica a gestão e acaba com os ‘puxadinhos’ de software que são um pesadelo para as áreas de TI”, afirma Piçarro. Desta forma “a empresa consolida também informações sobre o consumidor permitindo que ele esteja no centro da estratégia novamente”, reforça o executivo.

### CASE DE SUCESSO EM BELO HORIZONTE

O varejo automotivo é uma das áreas mais beneficiadas pelo novo sistema, facilitando a vida do lojista e também do consumidor, que encontrará mais facilmente o produto que deseja e terá informações mais precisas sobre estoque disponível e prazo de entrega. Um bom exemplo dessa tendência já acontece com a Raja Peças, tradicional importadora e vendedora de peças de reposição para veículos importados de Belo Horizonte (MG), que está apostando pesado no mercado digital. Em 2019, as vendas on-line aumentaram 300% e representaram 9% das vendas totais da loja, o que representou a metade do crescimento de 18% nos negócios ano passado. O crescimento vai continuar sendo puxado por este canal de vendas. “Em 2020 a expectativa é alcançar 20% do faturamento com as vendas on-line”, diz João Paulo de Souza, o diretor comercial da Raja Peças. Os sinais são positivos nessa direção. Em janeiro as vendas on-line já representaram 10% dos pedidos registrados na Raja Peças.

A razão do otimismo está na integração do sistema de venda on-line com o de gestão (ERP) da empresa. “O que era complicado, manual e propenso ao erro, hoje está automatizado e podemos pensar em escalar as operações”, diz o diretor da Raja Peças. “Hoje temos apenas 100 itens em plataformas de marketplace, mas pretendemos chegar a 2.000 itens este ano e a 3.000 em 2021”, indica João Paulo. “O mercado digital é parte de nosso futuro”. A integração de sistemas descrita por ele aconteceu com a adoção da plataforma Nérus O2, desenhada para facilitar a dinâmica de vendas com o mercado digital. O Nérus O2, ao mesmo tempo, integra operações de venda on-line as vendas feitas



no ERP da loja. “Ficou mais simples de operar”, diz. “Mesmo atuando em diversos marketplaces, administramos essas vendas de forma centralizada e simplificada, como se fossem feitas na loja”, acrescenta.

“Antes, quando as vendas on-line eram feitas, recebíamos o pedido do marketplace e tínhamos que imprimir as informações, redigitá-las manualmente no sistema, localizar a peça, dar baixa em estoque, fazer a embalagem, gerar a etiqueta com código de barras e emitir nota fiscal, em um processo com muita interferência humana, demorado e propenso ao erro”, descreve ele. “Hoje, a venda no on-line entra direto no sistema e as demais operações são automatizadas”, afirma. “É mais seguro e eu controlo tudo da tela do computador.” “Nossa preocupação, hoje, é colocar mais uma pessoa para trabalhar no cadastro enriquecido dos produtos para o mercado on-line, operação que dá início ao processo, uma atividade que precisa ser feita com cuidado”, avalia Marcelo Anatólio da Silva, diretor de TI da Raja Peças.

Esse é um setor onde a especificação técnica é muito variada. “São milhares de modelos, versões e tipos de motor, que variam por ano de fabricação e, às vezes, por meses do ano de fabricação”, descreve Marcelo Anatólio. “A vantagem do Nérus O2 é que, feito o cadastro, eu consigo colocar minhas ofertas em vários portais porque o sistema se adapta às padronizações de cada marketplace”, exemplifica. “Já imaginou ter que fazer isso um a um, em vários portais?”, questiona. “O sistema também nos dá segurança porque o controle de estoque é fundamental: não podemos vender on-line uma peça e não ter para entregar, ou atrasar a entrega, isso nos tiraria do mercado on-line e é um risco que não podemos correr”, exemplifica Marcelo. “Errar, no marketplace, é impensável já que o cliente não perdona e as plataformas te punem, por isso a certeza do processo é fundamental”.

Outra razão para apostar firme no on-line é a exposição da marca. “Tem gente que compra no on-line e depois liga para cá e compra direto com a gente, o que mostra que estar no on-line ajuda também na venda da loja”, comenta João Paulo. Segundo ele, tradicionalmente, a Raja Peças já vende para todo o Brasil. “A exposição on-line é gigante e isso ajuda na marca, na oferta, nos contatos e na imagem da empresa”, diz ele.

## **LANÇAMENTO OFICIAL NESTA QUINTA-FEIRA**

O Nérus O2 ajudará a empresa a multiplicar suas opções de vendas podendo pensar desde simples catálogos on-line e vendas pela internet até operações mais sofisticadas, como o pickup-in-store, tendência no varejo mundial. “Voltamos há pouco da NRF em Nova Iorque, maior feira de varejo do mundo. Desde grandes redes até operações de médio e pequeno porte precisam se digitalizar e aproveitar as estratégias que a internet oferece”, ressalta Piçarro. “Retirar um produto na loja que foi vendido on-line une a conveniência do digital com a segurança das lojas físicas. Esta é uma das possibilidades oferecidas pelo Nérus O2”, diz o CEO.

O Nérus O2 será apresentado dia 13 de fevereiro para cerca de 150 proprietários de redes varejistas do Brasil, muitas já clientes da Nérus, em evento realizado dentro da



“Melicidade”, a sede do Mercado Livre, a maior operação de marketplace da América Latina, localizado na cidade de Osasco (SP).

O momento do lançamento é propício, pois o e-commerce está crescendo rapidamente no Brasil. Nos últimos quatro anos as vendas de e-commerce dobraram de tamanho e alcançaram cerca de 4% do varejo brasileiro em 2019. “Segundo a consultoria PwC, as vendas on-line devem triplicar nos próximos 5 anos”, adianta Piçarro. Nesse ritmo, o e-commerce no Brasil responderá por algo entre 12 e 25% das vendas do varejo nacional em 2025. “Não há outro segmento do varejo brasileiro que vá crescer tanto”, afirma Piçarro. “A hora do varejista físico ir para o e-commerce é agora: com eficiência de gestão integrada às suas vendas físicas, consolidação financeira das suas operações e controle da lucratividade”.

## **SOBRE A NÉRUS**

Com 30 anos de atuação no mercado varejista brasileiro e mais de 550 clientes atendidos nesse período, a Nérus, sediada em Belo Horizonte (MG), desenvolveu uma profunda compreensão das necessidades do varejo, oferecendo produtos que simplificam, racionalizam e melhoram a vida e os negócios de redes varejistas. Com um software de gestão (Nérus ERP) e uma plataforma de integração omnichannel/OMS (Nérus O2), a Nérus oferece as melhores plataformas para o sucesso de clientes de vários tamanhos que vivem as oportunidades e os desafios da transformação digital.

Com um robusto corpo de desenvolvedores, equipe de suporte técnico treinada e parceiros tecnológicos como a Amazon Web Services (AWS), em 2018 a Nérus foi escolhida entre as 100 outras empresas alternativas para receber um aporte do maior fundo de Venture Capital do Brasil, o Criatec 2, gerido pela Crescera Capital, juntamente com a Triaxis Capital e a FC Partners. Esses recursos estão sendo usados para gerar ainda mais inovação e maior capacidade de atendimento aos clientes.

## **MAIS INFORMAÇÕES**

g6 Comunicação Corporativa/Piquini – Comunicação Estratégica

Eduardo Sanches ([eduardo@g6comunicacao.com.br](mailto:eduardo@g6comunicacao.com.br))

Fones: (11) 5562-2782 e 99305-3328

Fevereiro de 2020



**PIQUINI**

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA