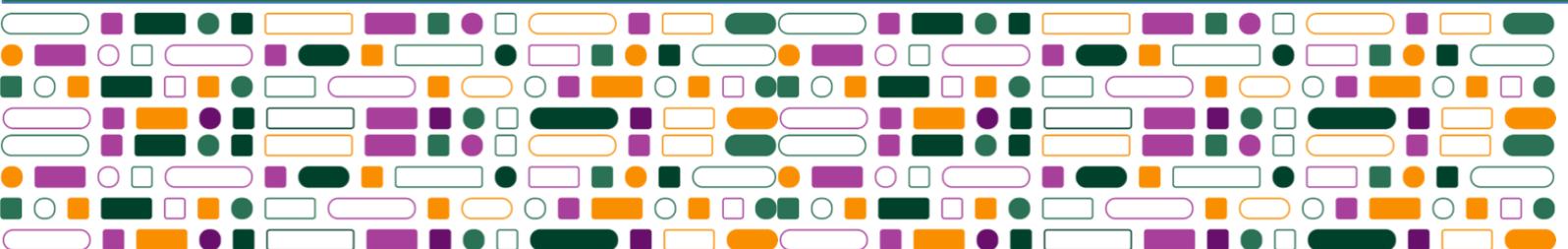


Guia Completo

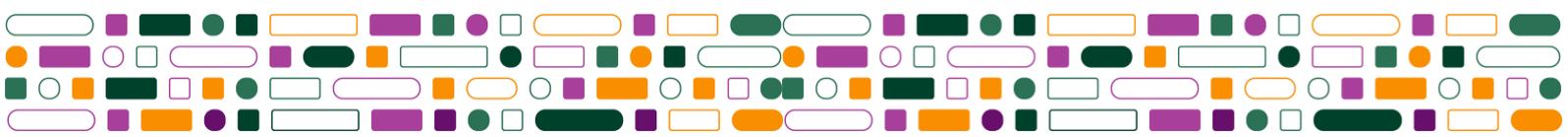
Wi-Fi como ferramenta de
Marketing e Trade para
Supermercados!





Se encontre por aqui, é só clicar.

Introdução	2
Sistema de Wi-Fi	3
Formas de monetização	9
Wi-Fi como ferramenta de Trade Marketing	13
Wi-Fi como estratégia de Marketing e CRM	19
Como escolher um sistema de Wi-Fi?	28
Passo-a-passo para um Wi-Fi estratégico em grandes empresas	35
Case de sucesso Supermercados Koch	41
Considerações Finais	47





Introdução

Todos nós sabemos que o Wi-Fi já se tornou uma necessidade básica do ser humano e está presente em todos os lugares, mas poucas empresas realmente exploram o potencial máximo desta ferramenta – que pode ser extremamente estratégica!

Transformar essa visão sobre o Wi-Fi é uma das missões do WiFeed e pode gerar benefícios incríveis para o seu supermercado. Podemos começar citando alguns pontos:



Disponibilizar uma nova mídia para o catálogo ou mídia kit da área de Trade, Comercial, Merchandising



Criar um novo ponto de contato para entender o público das lojas e se comunicar com eles



Entregar uma nova fonte de dados sobre os clientes para o Marketing, CRM e E-commerce



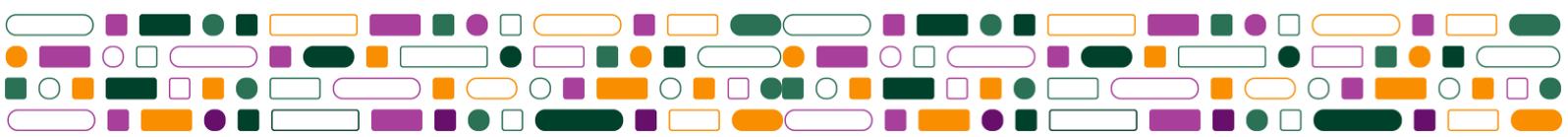
Entregar a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi para o seu cliente!



Extrair dados, métricas e inteligência digital no PDV



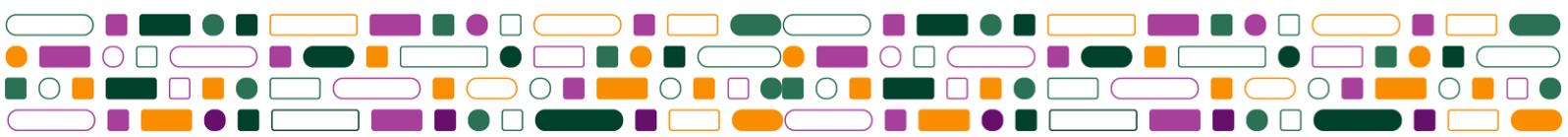
Trocar um custo na operação para uma nova fonte de receita



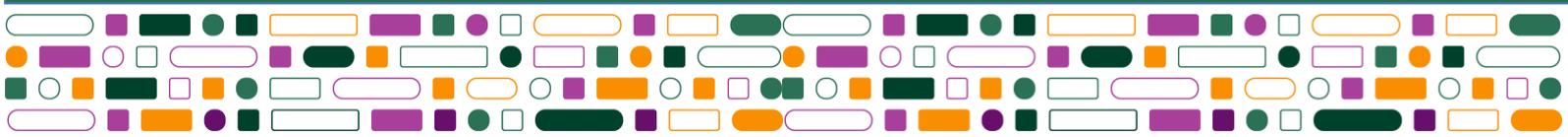


Por mais que isso ainda possa parecer distante para você, e você ainda não saiba como chegar nesses benefícios, vamos te mostrar ponto a ponto como fazer isso desde o início e de forma prática! No final, ainda vamos mostrar um case de sucesso com a rede de Supermercados Koch e Komprão.

Para começar, vamos falar sobre o que é um sistema de Wi-Fi, como ele funciona e também vamos esclarecer algumas das dúvidas mais comuns que recebemos.



Sistema de Wi-Fi





Antes de iniciarmos esse assunto, é importante diferenciarmos o que é uma infraestrutura de Wi-Fi de um sistema de Wi-Fi. Assim você vai entender o que é responsabilidade do seu TI ou integrador, e o que será sua responsabilidade como time de Marketing, Trade ou CRM.

Infraestrutura: De forma genérica, é tudo aquilo que envolve instalações, cabos, roteadores e os hardwares em geral. É responsabilidade da equipe de TI ou integradores terceirizados.

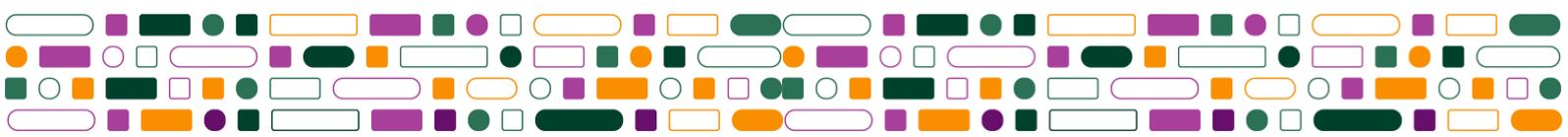
Sistema de Wi-Fi: É o software que atua na autenticação do usuário no momento em que ele vai acessar o Wi-Fi, e que possibilita o controle de acesso dos usuários a internet. Alguns sistemas são mais voltados para TI e outros para equipes de Marketing, Trade e CRM, e é justamente isso que abordaremos neste e-book.

O que é?

Um sistema de Wi-Fi, até pouco tempo atrás, era utilizado apenas pela equipe de TI, pois trazia informações e gerenciamentos técnicos, como selecionar a quantidade de banda a ser disponibilizada e fazer ajustes na rede.

Talvez o seu Wi-Fi esteja sendo gerenciado nesse modelo tradicional, pouco inovador e que não gera muito valor para o seu supermercado.

O WiFeed já tem uma visão de que o Wi-Fi pode fazer isso e muito mais. Nosso objetivo é trazer benefícios para outras áreas da empresa, ajudando as equipes a gerarem insights sobre os seus clientes e até mesmo receita através do Wi-Fi.





É nesse ponto que encontramos os maiores benefícios para se ter um sistema de gerenciamento de Wi-Fi, já que ele pode transformar um custo operacional em uma fonte de inteligência e receita para o seu negócio.

O WiFeed possibilita que você:

- obtenha os dados dos clientes através do cadastro realizado no momento do acesso;
- faça impactações de imagens ou vídeos, trazendo uma comunicação extra com o cliente; e
- obtenha dados consolidados do seu público, que geram insights para as ações de marketing.

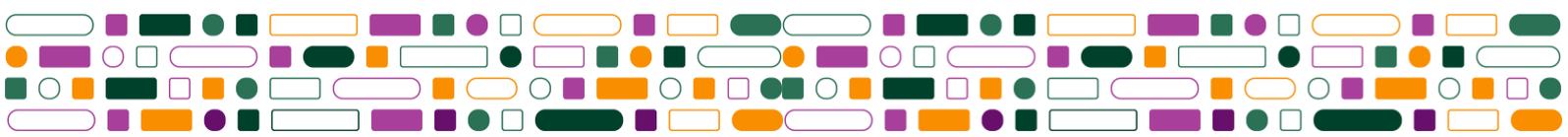
Essa diferença entre as características dos sistemas de Wi-Fi, seja ele mais técnico ou mais voltado para marketing/trade, acabou trazendo uma dúvida para as empresas: qual equipe deve ser a responsável pelo Wi-Fi e escolha do sistema?

Time de TI ou time de marketing?

Se o sistema de Wi-Fi tiver funcionalidades que atendam apenas a área técnica, sem outros benefícios para demais times dentro do supermercado, e não possibilitar novas fontes de receita, então ele deve se manter com o time de TI.

Agora, se tratando de um sistema de Wi-Fi como o WiFeed, que possibilita obter dados dos clientes, realizar impactações planejadas e que abre portas para novas formas de monetização, esse sistema deve ficar nas mãos do time de Marketing, Trade ou CRM.

Como historicamente o Wi-Fi acabou virando uma responsabilidade da equipe de TI, a equipe de Marketing precisa passar valor para que o time de TI para que essa veja os benefícios de se ter um sistema de Wi-Fi próprio para a sua área.





Por isso vamos mostrar mais a frente sobre as formas de gerar receita através do sistema do WiFeed! Afinal, nada melhor do que mostrar que se pode ganhar dinheiro com uma ferramenta já existente, como o Wi-Fi.

Mas para entender as formas de monetização, é preciso entender como funciona a experiência do cliente durante o acesso ao Wi-Fi.

Importante! Sistemas para equipes diferentes não são excludentes, é possível trazer benefícios para os times em questão. Assim teremos um Wi-Fi bem gerenciado tecnicamente e não deixaremos de trazer benefícios e formas de receita.

Experiência do usuário

Para entender tudo o que descreveremos daqui em diante, é preciso entender como funciona a experiência do cliente durante o acesso ao Wi-Fi.

Cada plataforma de Wi-Fi possui uma experiência diferenciada e vamos mostrar a experiência do usuário acessando o Wi-Fi através da plataforma do WiFeed. Mais a frente vamos mostrar o que levar em conta na hora de escolher um bom sistema de Wi-Fi!

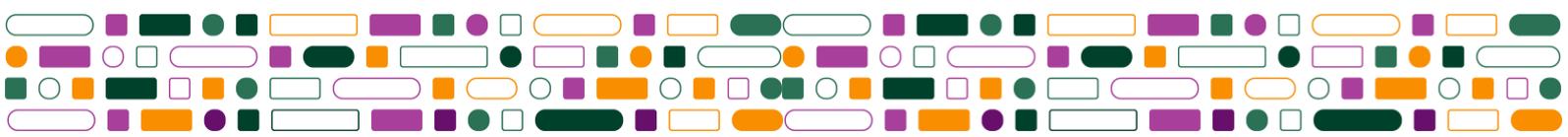
Aqui no caso do WiFeed, a experiência de acesso é separada em dois momentos:



Cadastro



Impactação de mídia

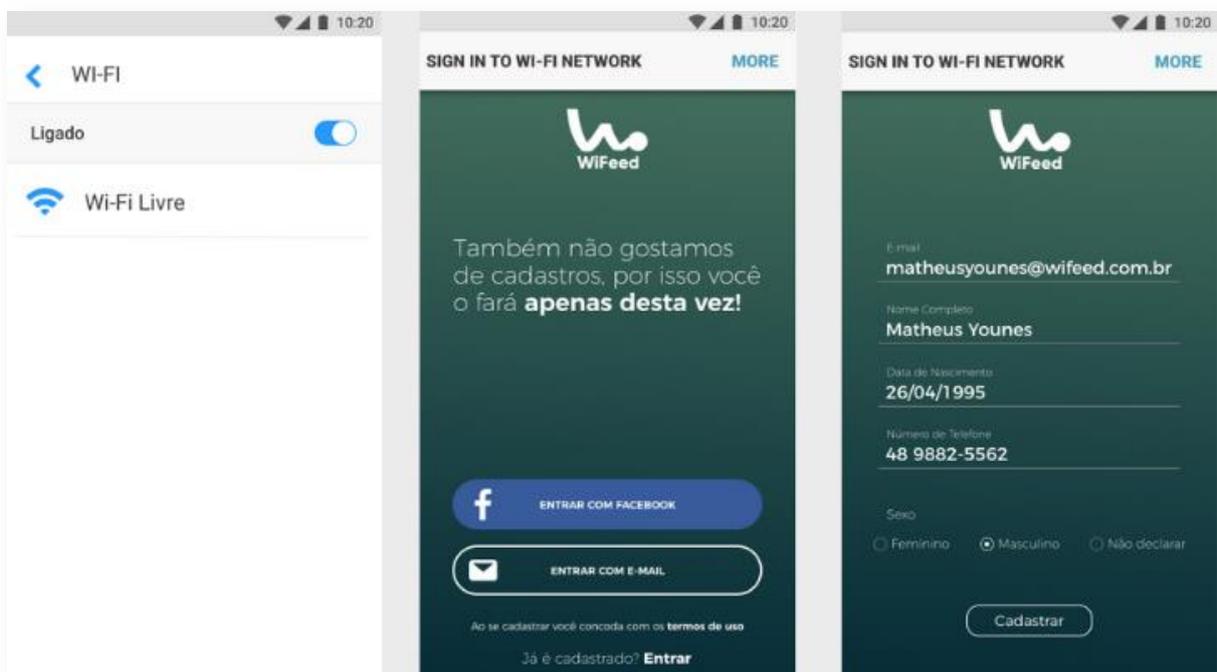




Sabemos que fazer cadastros pode ser algo chato para o usuário final, então nos preocupamos muito com este momento! Por isso é prioridade que o usuário só precise fazer cadastro no primeiro acesso. Inclusive, buscamos gerar empatia com a pessoa que está acessando.

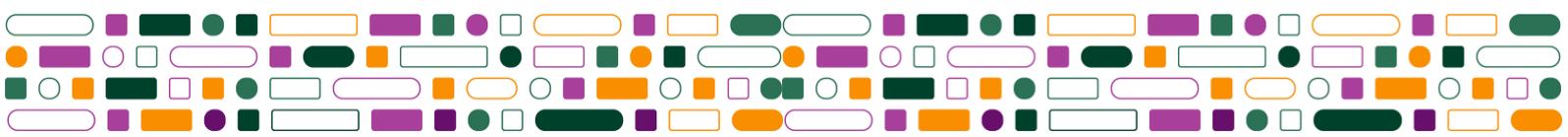
Além disso, aqui no WiFeed, o usuário só precisa fazer o cadastro apenas uma vez e em toda a rede WiFeed. Ou seja, ele pode já ter se cadastrado em outro estabelecimento WiFeed e não precisará cadastrar novamente no seu estabelecimento, mesmo que seja a primeira vez dele no seu local. Isso melhora significativamente a experiência de acesso!

Essas são as telas do celular de como seria a primeira parte do acesso (cadastro).



Depois disso vamos para a parte da Impactação de mídia. É legal comentar que, em um segundo acesso na rede, o usuário irá direto para a Impactação, melhorando muito a sua experiência de acesso!

Este segundo momento lembra bastante um Instagram Stories, formado por até 3 telas. Importante destacar que não obrigamos o usuário a interagir com a mídia, simplesmente





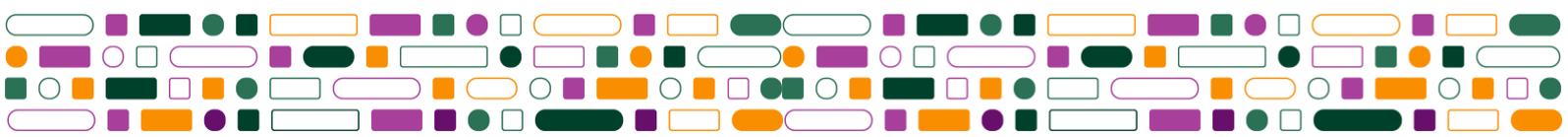
porque não acreditamos nisso. O usuário sempre terá a possibilidade de clicar no "x" caso ele não queira visualizar algo. Os tempos mudaram! As pessoas buscam por experiências personalizadas e que gerem valor para elas - estamos sempre reforçando isso com nossos clientes.

Agora já imaginou que bacana acessar o Wi-Fi apenas visualizando essas telas, de forma não obrigatória?

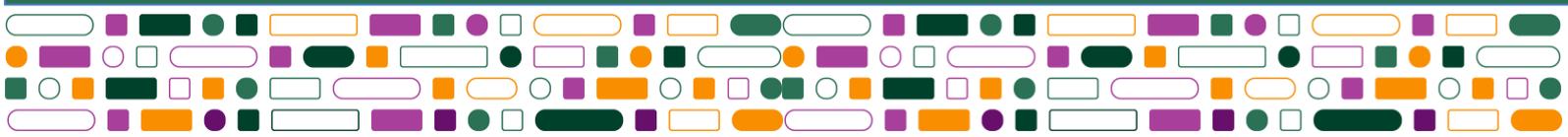
Abaixo trazemos alguns exemplos de campanhas realizadas.



Bom, agora que você já entendeu como conseguimos obter os dados do cliente e como é feita a impactação da marca, podemos falar sobre as formas de trazer receita para o seu supermercado.



Formas de monetização





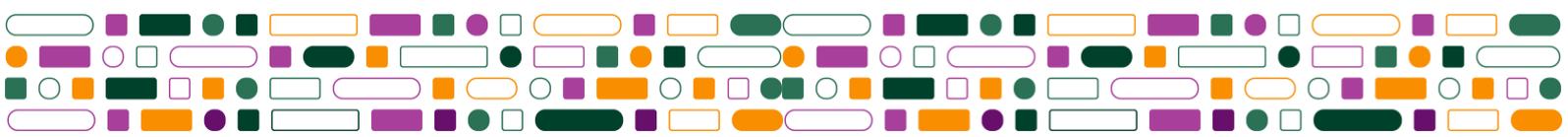
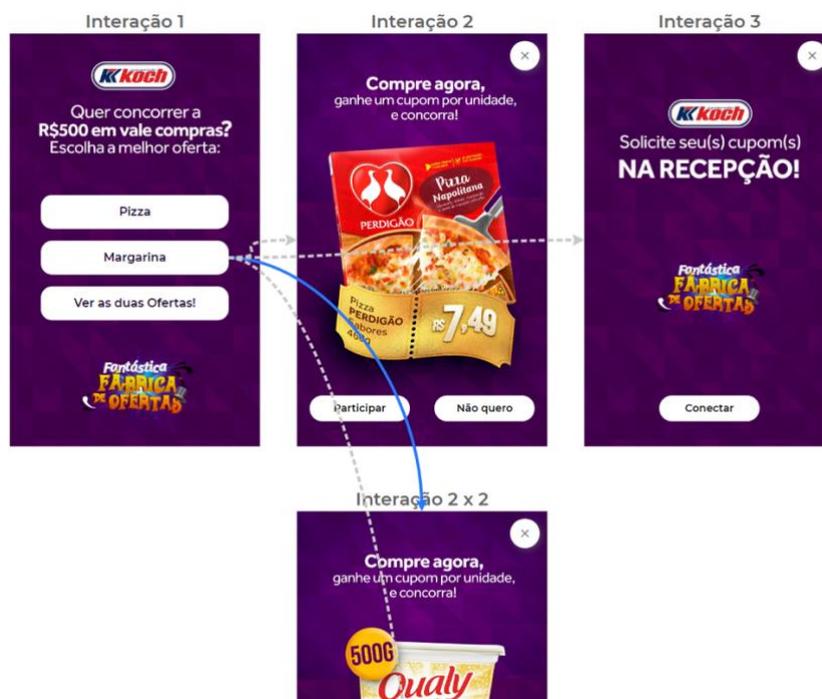
Comentamos até aqui que é possível trazer receita através do seu sistema de Wi-Fi. Agora vamos ver na prática quais são as formas direta e indiretamente de ajudar o seu faturamento.

Ofertando seus produtos, serviços e promoções

Agora que você já sabe como funciona a experiência de acesso e a impactação durante o acesso ao Wi-Fi, você já consegue vislumbrar melhor essa possibilidade.

Este anúncio pode ser uma impactação simples, com apenas uma tela, por exemplo, ou então mais complexo e planejado, com mais telas e com segmentações por diferentes tipos de públicos.

No sistema do WiFeed é possível fazer a impactação em até 3 telas, sendo que cada interação feita pode levar o usuário para uma tela diferente. Com isso, um mesmo anúncio pode impactar várias pessoas de forma personalizada, o que gera uma experiência mais leve e menos agressiva para quem está sendo impactado. C





Vendendo o espaço de mídia

Bom, como vocês puderam aprofundar no tópico anterior, o Wi-Fi também é um canal de comunicação com o cliente. Uma das possibilidades que isso traz é, ao invés de você utilizar esse espaço de mídia para os seus próprios anúncios, você pode vender esse espaço para outros anunciantes externos, como seus fornecedores.

Dessa forma, você consegue ter um novo espaço de mídia para a indústria e vender por um valor superior ao valor que você paga na ferramenta. Aqui no WiFeed estimamos que nossos clientes conseguem vender o espaço, em média, por cinco vezes o valor da mensalidade.

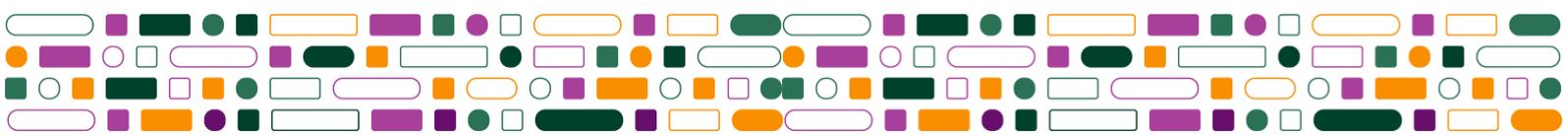
Vamos tratar mais detalhes à frente quando falarmos do Wi-Fi como uma ferramenta de Trade Marketing.

Gerando inteligência para o seu supermercado

O WiFeed entrega métricas muito interessantes, como tempo de permanência no local, quais são os clientes que mais retornam ao estabelecimento, perfil dos clientes mais assíduos, dentre várias outras métricas.

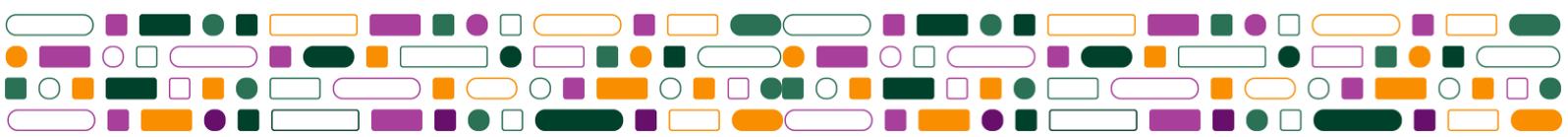
Uma das formas de aumentar o faturamento é conseguir entender quais os tipos de comportamentos que geram mais receita ao seu estabelecimento e a partir disso, replicar e antecipar esses comportamentos em outros clientes, fazendo com que eles, por exemplo, fiquem mais tempo no local e conseqüentemente, gastem mais.

Normalmente as empresas que costumam extrair os melhores resultados desse tipo de ação são as empresas com boa maturidade em análise de dados.

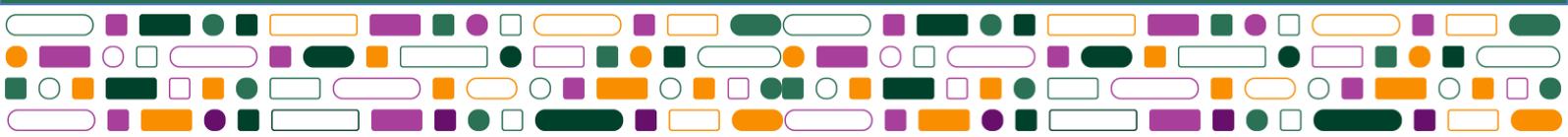




Agora que já sabemos de forma genérica como é possível monetizar o Wi-Fi, vamos à prática mostrando como fazer isso pelo time de Trade Marketing.



Wi-Fi como ferramenta de Trade Marketing





A cada dia que passa o WiFeed vem consolidando o Wi-Fi como uma nova mídia digital de trade marketing, e este processo está se acelerando ainda mais em função da pandemia, quando as mídias digitais deram um grande salto.

As empresas que ainda não utilizam o Wi-Fi como uma ferramenta estratégica, já estão ficando para trás e certamente só não atingiram essa maturidade por não conhecerem os benefícios que podem ser gerados.

Por isso, vamos elencar esses benefícios para que você saiba o que pode estar perdendo!

● Vender o espaço de mídia para a indústria

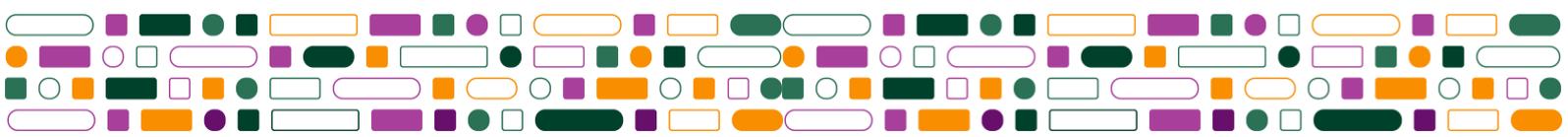
Os clientes do WiFeed vêm demonstrando que Wi-Fi já se tornou uma ferramenta de mídia a ser vendida para a indústria, possibilitando a monetização da infraestrutura de Wi-Fi. Dessa forma, é possível atribuir um ROI ao que foi investido e aumentar o faturamento por loja.

Diferente das outras ações de trade marketing, o Wi-Fi traz mais dados do perfil do cliente, o que acaba sendo um diferencial para a indústria.

A Paula que é Gerente de Negócios e cuida do trade marketing do Grupo Koch, comenta como ela mostra isso para os fornecedores dela:

“É isso que tento mostrar para eles, o quanto é importante essa mídia na loja, o quanto ela traz retorno também, tanto quanto ou mais um ponto extra.”

Uma das formas de mensurar as vendas de uma promoção através do Wi-Fi é via cupons de descontos gerados no momento do acesso. Abaixo temos uma ação dos Quiosques Chopp Brahma.





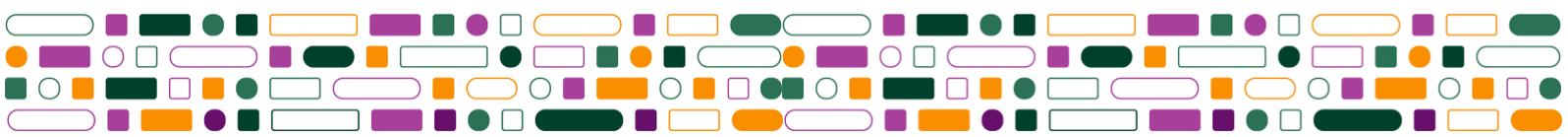
Por o Wi-Fi ser uma mídia digital, ela traz uma imensa agilidade de se criar uma campanha. Com isso, é possível fazer impactações urgentes que iremos falar a seguir.

Impactações urgentes

Algum produto precisa ser vendido mais rápido por conta do prazo de validade? E está disponível apenas em algumas lojas? Não tem problema.

É possível subir uma campanha no ar em questão de minutos e direcionar apenas para as lojas que esse produto está disponível. Anunciando a um valor mais baixo e fazendo o estoque desaparecer!

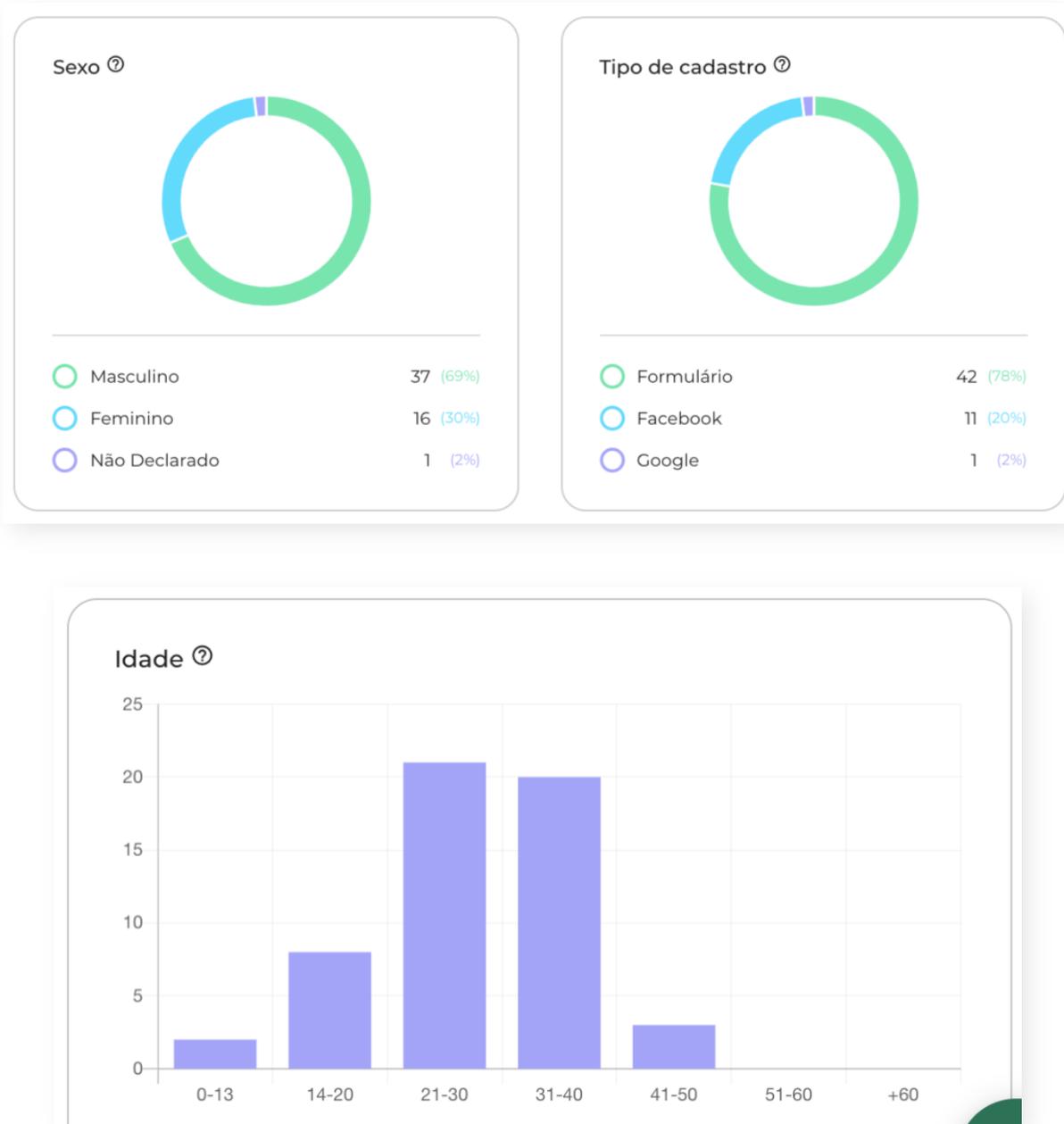
Em outros formatos você precisará imprimir o flyer, banner ou tablóide e distribuir para as lojas em questão. Neste caso o tempo é seu inimigo e o Wi-Fi te traz uma maior agilidade.



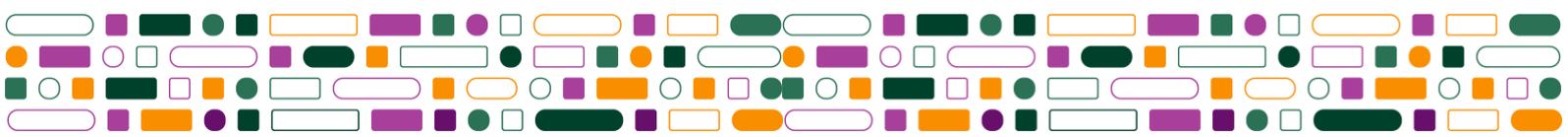


Entender o seu cliente através de pesquisas

Com o cadastro feito pelo cliente, é possível identificar algumas tendências no perfil das lojas, como gênero e a idade dos clientes. Esses insights são demonstrados no sistema dessa forma:



Esses dados, apesar de básicos, podem dizer muito sobre o perfil de determinada loja e isso pode influenciar diversas estratégias dentro do supermercado, como: contratação de





funcionários, estoque de produtos, iluminação, ofertas, atendimento e outros fatores que variam em função de quem frequenta a loja.

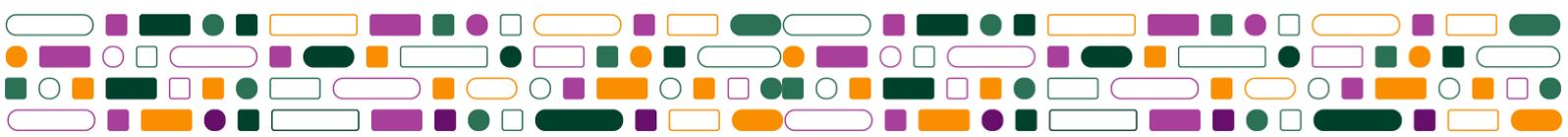
Durante as campanhas você pode mostrar até 3 telas para os usuários que estão acessando o Wi-Fi. Nessas 3 telas você pode fazer perguntas simples e diretas, como no exemplo abaixo:



Essa campanha que você acabou de ver foi realizada nos Quiosques Chopp Brahma pela Ambev para entender um pouco mais sobre o perfil do público que frequentava os Quiosques.

Considerando boas práticas, para que a experiência não desagrade o cliente, é bom que essa quantidade de perguntas esteja atrelada a algum benefício para o respondente.

Já pensou que com essa ferramenta de perguntas você pode acabar descobrindo algum produto que as pessoas pedem e você ainda não tem?



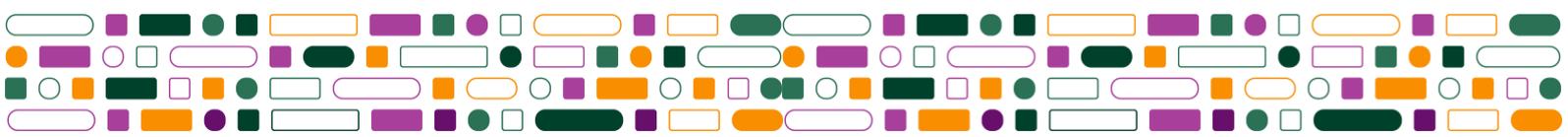


Esse ponto sobre **Entender o Seu Cliente** pode e deve ser utilizado também pelo time de Marketing, afinal eles também trabalham diretamente com os dados dos clientes!

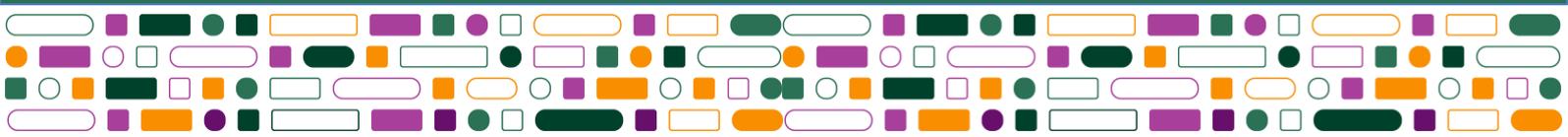
Traga inteligência para o seu Wi-Fi

Obtenha métricas de acesso do seu supermercado, perfil dos seus cliente e crie campanhas personalizadas! Tudo isso entregando a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi para o seu cliente!

Falar com um especialista



Wi-Fi como estratégia de Marketing e CRM





O setor de marketing de um supermercado, assim como outras áreas, possui diversas tarefas no dia-a-dia. Entre essas tarefas, uma das mais importantes **é entregar uma comunicação que impulse as vendas dos produtos**, aumentando assim o faturamento.

Mas no mundo digital de hoje, essa comunicação precisa ser cada vez mais ágil e assertiva. Por isso, **entender o cliente e direcionar a mensagem certa, é crucial**.

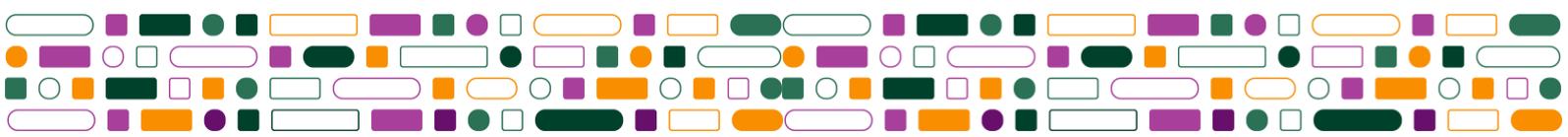
Aí que entra a utilização do Wi-Fi como uma estratégia para os times de Marketing e CRM.

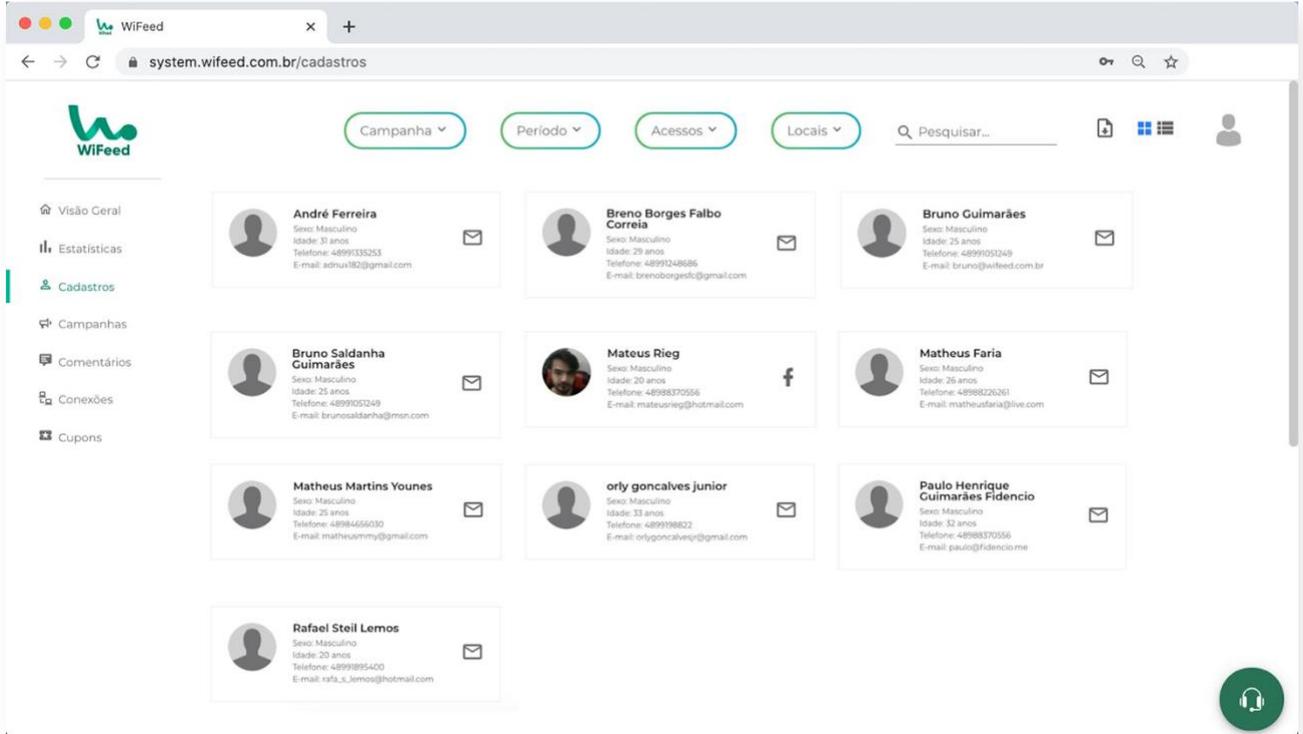
● **Obter dados dos clientes de forma fácil**

Uma das missões do marketing é conseguir fidelizar o cliente e fazer com que ele compre mais na sua empresa. Só que para isso, primeiramente, é preciso identificar esse cliente, para então conseguirmos identificar a recorrência de compra.

Atualmente o setor de marketing e CRM, vem buscando alternativas para conseguir esse “cadastro” do cliente, seja criando o cartão de crédito próprio da loja, fazendo ações pontuais ou, mais atualmente, através de aplicativos dos próprios supermercados.

Porém, uma forma que pode ser muito mais explorada pelo time de marketing, **é através do cadastro ao acessar Wi-Fi**. Mostramos anteriormente como funciona o cadastro e você pode acessar os cadastros dos clientes depois através do sistema como na imagem abaixo.



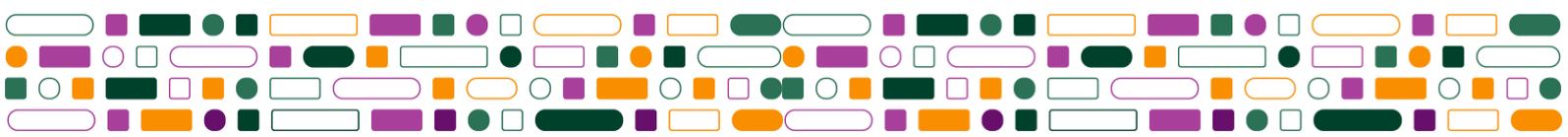


Dica de ouro: crie campanhas de promoções ou descontos apenas para o Wi-Fi, assim você dá aquele incentivo para a pessoa acessar o Wi-Fi e acabar deixando o cadastro. Além de ser um dos formatos mais fáceis de criar uma campanha, dessa forma você capta o cadastro, deixa a experiência mais agradável e ainda estimula o usuário a acessar outras vezes!

Aplicando NPS e visualizando melhorias

Também é uma das funções do marketing, entender o nível de satisfação e o grau de fidelidade dos clientes com os serviços disponibilizados pelo supermercado.

A metodologia NPS (Net Promoter Score) é muito conhecida no universo empresarial por ser muito simples e gerar grandes conclusões.





Basicamente a metodologia consiste em o usuário responder a pergunta “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria a empresa X a um amigo ou colega?”

NPS Outubro/20

Algar
Telecom

De 0 a 10, o que você achou do Novo Wi-Fi Grátis Algar para todos?

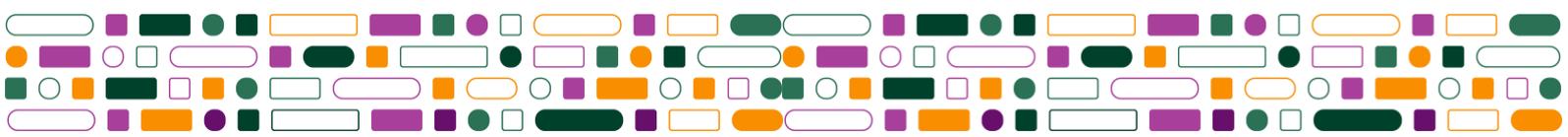
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Continuar

A utilização dessa metodologia é muito eficaz e positiva, mas a aplicação dela no dia-a-dia pode ser um pouco mais trabalhosa. Como você poderia fazer com que as pessoas que utilizam o seu supermercado respondessem essa pergunta?

Uma dessas possibilidades, e talvez a mais fácil, é através de ferramentas de Wi-Fi. Aqui no WiFeed nós trazemos essa possibilidade para você aplicar esse tipo de pergunta durante o acesso ao Wi-Fi, sempre tomando cuidado com a experiência do usuário durante o acesso.

Dica: Nunca coloque a pesquisa NPS para ser respondida no primeiro acesso do cliente. Como ele será capaz de recomendar a sua empresa





se pode ser a primeira vez que ele está tendo contato com ela? Nós sugerimos que o NPS seja aplicado a partir do 2º acesso em diante!

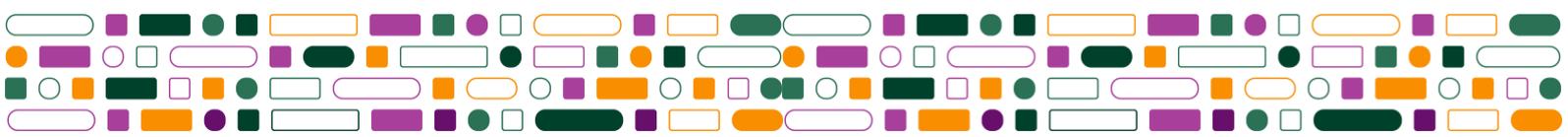
● Criar campanhas segmentadas

Já comentamos aqui, que no mundo digital de hoje a comunicação com o cliente precisa ser cada vez mais assertiva. Por isso não devemos oferecer para todos os clientes os mesmos produtos em promoção ou destaque, já que cada cliente possui um perfil de consumo. Isso simplesmente não faz mais sentido e é basicamente jogar dinheiro fora.

Como já possuímos o cadastro do cliente no acesso ao Wi-Fi, conseguimos direcionar campanhas mais assertivas, seja segmentando pelo gênero, idade, horário na loja, dia da semana, loja e até mesmo qual região da loja o cliente está.

Podemos por exemplo fazer uma promoção como “Terça-feira da carne” e direcionar essa campanha somente para as terças. Ou então, direcionar campanhas de cerveja a partir das 18h. Tudo isso baseado nos dados de consumo que você já possui, com o objetivo de vender mais.

Deixamos aqui uma das telas de criação de campanhas para que você possa ver como seria feito essa segmentação





Nome da campanha

Página pós-autenticação
<https://www.instagram.com/wifeedbr/>

Data de início: 02/12/2020

Data de Término: 02/12/2020

Intervalo de Veiculação

Todos os dias Dia inteiro

Segmentação

Todos | Homens | Mulheres | Não Declarados

0 anos - 100 anos

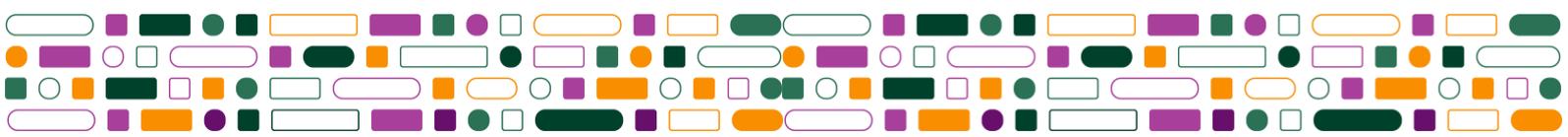
Vincular Marca

Avançar

● Criar comunicações físicas mais assertivas

Precisa produzir algum banner, flyer ou outro material físico para a loja? Por que não testar a comunicação antes de imprimir?

No mundo digital você consegue aplicar testes de escrita e artes para ver se as pessoas “engajam” com a campanha ou que “rejeitam”, assim você gera mais resultado com menos impactos.



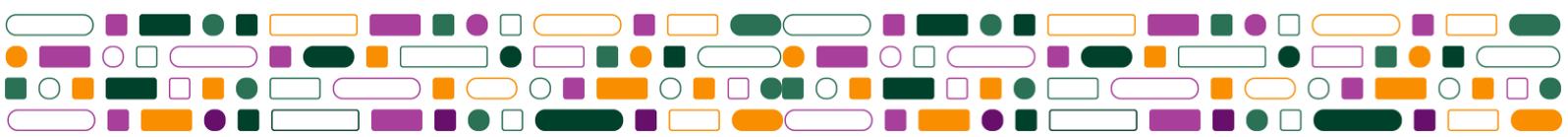


Será que você realmente conhece o seu cliente?

Já pensou saber qual oferta é mais atrativa para o cliente? Compre 2 e leve 3, ou desconto? A questão é que agora você pode fazer isso primeiramente através do Wi-Fi de uma forma digital, antes de mandar imprimir e distribuir.

Também é possível identificar como cada perfil de público está interagindo com variados tipos de campanhas. Saber que homens de 20 a 30 anos engajam mais com campanhas de itens de higiene pessoal em lojas do litoral, por exemplo, pode ser fundamental para uma estratégia comercial ou de marketing.

Com essas informações, a área de trade consegue inclusive aumentar o seu poder de barganha com a indústria, sendo mais específico e embasando as negociações com dados e estatísticas comportamentais.





Assim suas comunicações físicas serão muito mais bem sucedidas, já que passaram por um teste de conceito e otimizações antes das impressões! Bacana não?

● Direcionar para download de Apps

Se tem uma coisa que combina com internet é e-commerce e aplicativos. Muitas redes de supermercado que possuem seu próprio app, acabam trazendo o Wi-Fi para sua estratégia, já que assim incentivam seus clientes a baixarem o app na loja durante as compras.

Porém, somente distribuir internet não é suficiente, é preciso comunicar. Dessa forma o sistema de Wi-Fi pode ajudar nesse trabalho, comunicando a existência do aplicativo e, ainda por cima, direcionar o usuário para o download!

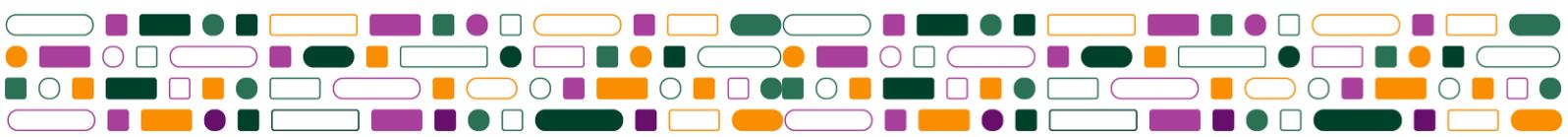
Você também pode mandar um e-mail ou SMS para o cliente após o acesso, com o link do seu app, tendo a possibilidade de verificar a conversão do clique e do download!

● Ajudar o E-commerce a vender mais

Aqui nós entramos em um tema um pouco mais aprofundado de marketing digital. Quem trabalha com e-commerce certamente conhece as plataformas como Facebook Ads e Google Ads.

Uma das funcionalidades que essas ferramentas trazem é a criação de **públicos personalizados**. Na prática, você consegue importar para essas ferramentas listagem de e-mails para criar um público que você deseja.

Agora já pensou em importar a **listagem de todos os clientes que acessaram o Wi-Fi e estiveram comprando na sua loja física?**





Dessa forma, **é possível impactar essas pessoas fora da sua loja**, comunicando a existência do seu e-commerce e eventualmente fazendo uma oferta atrativa para ela, motivando que ela vá para o seu site e já efetue a primeira compra online. Esta integração do offline para o online também é conhecida como O2O (online to offline), e o WiFeed também auxilia nesta frente.

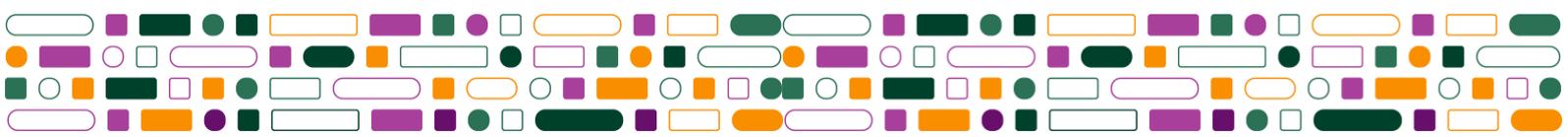
Além disso, você consegue criar listas *“look a like”* para conseguir novos clientes para o seu e-commerce!

Agora que você já sabe como é possível trazer mais receita para o seu supermercado, vamos compartilhar alguns pontos que consideramos importantes na hora de escolher o seu sistema de Wi-Fi!

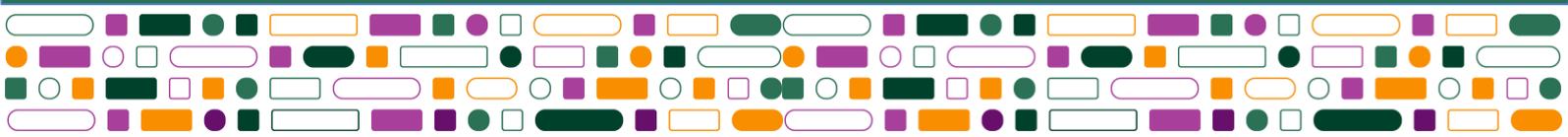
Traga inteligência para o seu Wi-Fi

Obtenha métricas de acesso do seu supermercado, perfil dos seus cliente e crie campanhas personalizadas! Tudo isso entregando a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi para o seu cliente!

Falar com um especialista



Como escolher um sistema de Wi-Fi?





A maioria das ferramentas de Wi-Fi no mercado possibilitam que você obtenha os dados dos clientes através do cadastro realizado por ele no momento do acesso e faça algum tipo de interação.

Porém, todos os benefícios que comentamos até aqui dependem da boa **experiência do cliente durante o acesso ao Wi-Fi** e também da **facilidade de mexer no sistema para você gestor** ou para quem for utilizá-lo.

Por isso falaremos sobre esses dois pontos a seguir.

Experiência do cliente durante o acesso ao Wi-Fi

Qualquer sistema de Wi-Fi depende totalmente do acesso do usuário a internet para gerar dados relevantes. Por isso, a **experiência de acesso é um pilar fundamental** para que todas as outras estratégias funcionem de acordo com o esperado.

E quais as características de uma boa experiência?

1



Evitar cadastros

Cadastro somente no primeiro acesso!



Fácil de mexer e agradável aos olhos

Uma boa usabilidade com um bom design



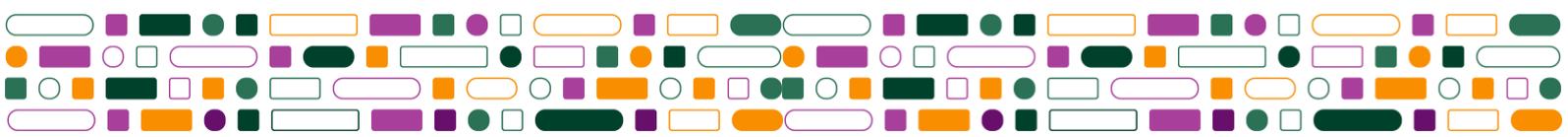
Não travar durante o acesso

Velocidade e agilidade!



Não obrigar o usuário a nada durante o acesso

Possibilidade de apenas acessar o Wi-Fi.





● Evitar cadastros: cadastro somente no primeiro acesso

A gente sabe que o cadastro é algo que as pessoas não costumam gostar muito. Por isso é prioridade que o usuário **só precise fazer cadastro no primeiro acesso**.

A pior experiência de acesso ao Wi-Fi, é você precisar preencher um cadastro toda vez que vai no mesmo estabelecimento e precisa acessar a internet. Simplesmente não faz sentido!

Aqui no WiFeed, o usuário **só precisa fazer o cadastro apenas uma vez** e em toda a rede WiFeed. Assim o cliente consegue acessar o Wi-Fi sem precisar pedir a senha e nem preencher nenhum cadastro!

● Não travar durante o acesso: velocidade e agilidade

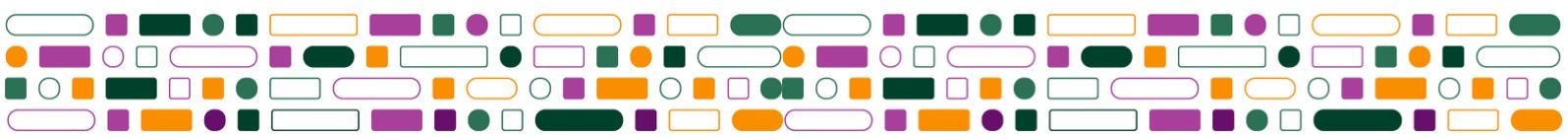
Ninguém gosta que sistemas em geral travem, isso é unânime. Porém é ainda pior quando você está querendo apenas ter acesso a internet e precisa que seja rápido. Acredito que você já tenha passado por isso.

Dessa forma, o sistema de Wi-Fi precisa ser o mais ágil possível para que não trave ou haja lentidão durante a experiência de acesso a internet.

O WiFeed orienta seus clientes sobre quais são as condições mínimas necessárias para entregar uma internet de qualidade - o que garante a velocidade e agilidade do sistema no momento do acesso do usuário. **Costumamos dizer que é melhor não oferecer Wi-Fi do que oferecer um Wi-Fi lento!**

● Fácil de mexer e agradável aos olhos: um bom design

Este é um dos principais pontos a serem considerados durante a experiência de acesso. Não há nada pior do que telas cinzas e botões quadrados e sem vida. Isso desestimula o acesso e ainda prejudica a imagem de quem está oferecendo a rede!





O sistema precisa ser convidativo e transmitir confiança e credibilidade para o usuário final. Nós realizamos pesquisas periódicas com nossos usuários para entender qual é a fórmula ideal para entregar a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi. **Hoje o WiFeed possui um NPS 87**, estando na zona de excelência da metodologia. É algo do qual nos orgulhamos muito!

Mesmo que você não ligue para isso, quando você observa dois sistemas um ao lado do outro, verá como é melhor aquele que se preocupa com um bom design e o quão mais fácil será de lidar com ele.

Essa responsividade gera uma enorme facilidade de acesso até para as pessoas menos tecnológicas, que às vezes possuem maiores dificuldades ao mexer no celular.

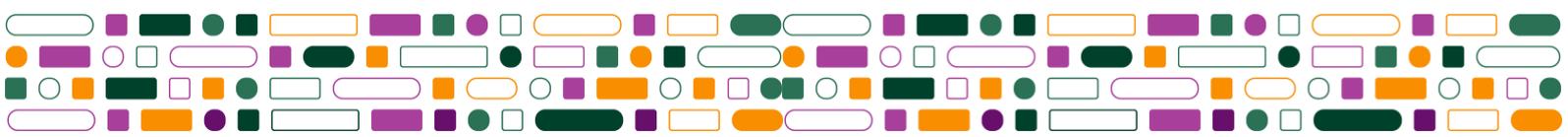
Assim você não precisa se preocupar se quem está tentando acessar o Wi-Fi é um jovem ou um idoso, ambos terão uma melhor experiência e menores dificuldades.

● Não obrigar o usuário a nada durante o acesso: possibilidade de apenas acessar o Wi-Fi

Você chega no aeroporto e é obrigado a assistir um vídeo de 30 segundos, que inclusive ficou travado no carregamento. Quem já passou por isso acaba nem querendo mais utilizar o Wi-Fi fora de casa, e vai tentar usar o 4G do próprio celular ou procurar outra rede.

Essa experiência é tão ruim que aqui no WiFeed, durante todo o acesso do cliente a rede, sempre existirá a opção de sair da impactação e fazer a conexão diretamente.

Além de gerar uma melhor experiência ao cliente durante o acesso, também gera dados de *Rejeição* e *Engajamento* de uma campanha. Dessa forma você consegue aprimorar suas campanhas!





Legal, agora que você já sabe qual é uma boa experiência de acesso para o usuário da internet, vamos falar sobre a sua experiência ou de alguém da sua equipe ao usar a ferramenta. Afinal de contas, você precisa acessar os insights que essa ferramenta te traz!

Facilidade de mexer no sistema para você, gestor.

Agora que seu cliente já teve uma boa experiência ao acessar o Wi-Fi e deve voltar mais vezes, é hora de olhar para a plataforma que você e seu time irão utilizar. Escolher uma plataforma que **realmente vai ajudar a trazer receita para o seu negócio**, pode ser mais difícil do que parece.

O que você deve levar em conta para a escolha da plataforma?



Funcionalidades úteis e aplicáveis

Menos é mais!



Facilidade de mexer no sistema

Layout amigável



Gerar insights

É preciso trazer receita!

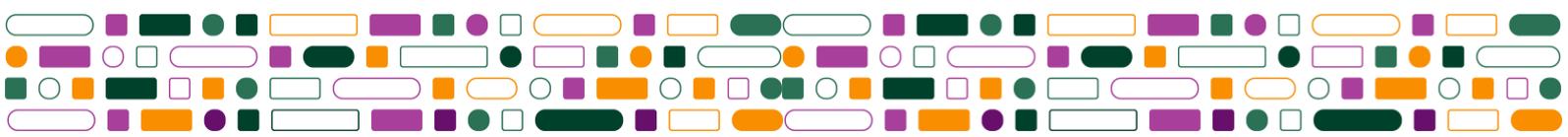


Estar de acordo com a Lei

Marco Civil e LGPD

Funcionalidades úteis e aplicáveis: menos é mais

Não adianta de nada ter uma ferramenta com funcionalidades que você não sabe usar e que vão trazer dificuldade na usabilidade durante o seu dia a dia. O sistema de Wi-Fi não pode parecer um painel de controle de um avião. Saber focar naquilo que realmente importa também é fundamental para a ferramenta não cair em desuso no dia-a-dia.





Tome cuidado para não cair na tentação de olhar algumas funcionalidades nas ferramentas que aparentemente são muito interessantes, mas que precisam de muita dedicação do tempo do seu time ou até mesmo seu, para que as informações ali contidas, virem novas fontes de receitas. Lembre-se: menos é mais!

Por isso, atente-se ao que realmente você vai conseguir fazer com os insights que a plataforma traz.

● **Facilidade de mexer no sistema: layout amigável**

Esse ponto vem junto com o anterior. Você precisa de uma ferramenta que vai facilitar o seu dia-a-dia, trazer novas informações sobre o seu negócio e, conseqüentemente, **mais vendas**.

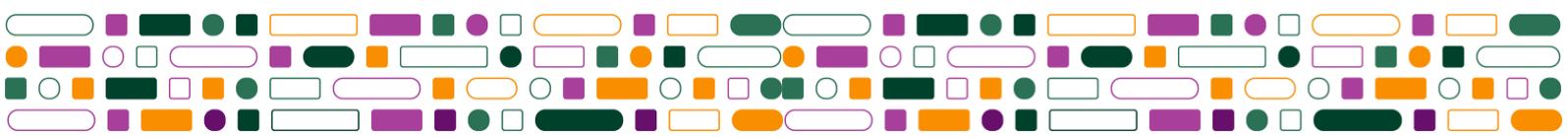
Sendo assim, uma ferramenta com interface amigável e fácil de mexer, deixa o aprendizado mais rápido e até mesmo mais automático. Tempo é dinheiro, e você precisando de menos tempo para aprender, terá mais tempo para dedicar ao seu negócio. O sistema de Wi-Fi deve entregar uma solução e não um problema!

● **Gerar insights: é preciso trazer receita**

Quando você contrata uma ferramenta para o seu negócio, sempre será com o objetivo de que ela te ajude a trazer mais receita. Com o Wi-Fi não é diferente.

A questão é que o Wi-Fi não é o core business do seu negócio, ou seja, quanto menos tempo você se dedicar para ele, mais tempo você vai conseguir se dedicar para atividades cruciais.

Aqui no WiFeed nós acreditamos que **o sistema de Wi-Fi deve te dar apoio nas demais atividades do seu marketing e entendimento do cliente**, mas que principalmente te traga mais receita.





● Estar de acordo com a Lei: Marco Civil e LGPD

Nada mais atual do que essa temática. Hoje não é possível deixar o Wi-Fi do seu estabelecimento sem senha ou nenhum tipo de autenticação.

Caso algum crime seja cometido através da sua internet e você não tiver dados para ajudar nas investigações, você poderá ser considerado um co-autor do crime.

Além disso, captar os dados dos clientes requer o consentimento dos mesmos. Quando estes não quiserem mais seus dados compartilhados, devem ser deletados. Tudo isso fica na responsabilidade do sistema de Wi-Fi.

Na hora que você for escolher uma ferramenta de Wi-Fi, se atente que ela esteja em conformidade com a legislação, dessa forma o seu negócio também estará protegido!

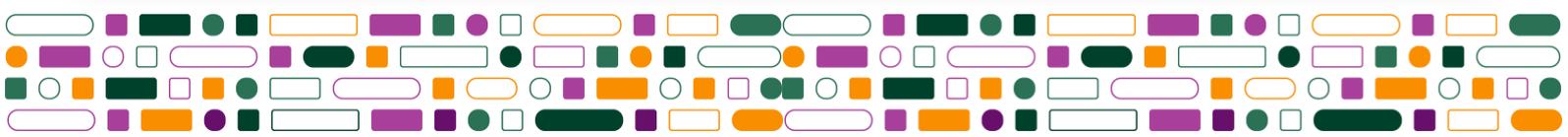
Legal, agora você já consegue vislumbrar os benefícios de trazer inteligência para o seu Wi-Fi e também como escolher uma boa plataforma de Wi-Fi!

O próximo tópico mostra como funciona a implantação de um sistema de Wi-Fi em uma grande empresa, que pode ou não ser o seu caso. Fique a vontade de ler a nível de conhecimento ou curiosidade, ou mesmo passar para o *grand finale*, o Case dos Supermercados Koch!

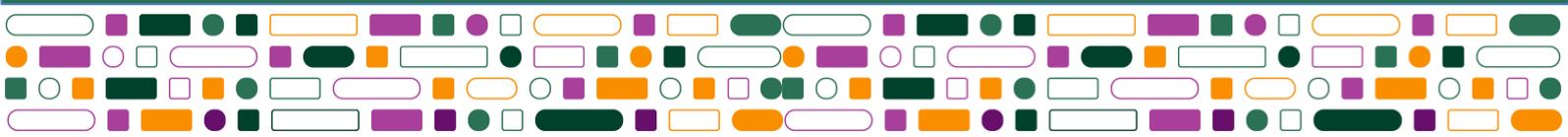
Traga inteligência para o seu Wi-Fi

Obtenha métricas de acesso do seu supermercado, perfil dos seus cliente e crie campanhas personalizadas! Tudo isso entregando a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi para o seu cliente!

Falar com um especialista



Passo-a-passo para um Wi-Fi estratégico em grandes empresas



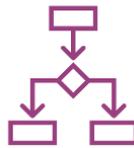


Para a sua empresa possuir um Wi-Fi estratégico, é preciso seguir um passo a passo de boas práticas para que tudo ocorra bem e os resultados sejam superiores ao esperado! Por isso, vamos te mostrar como construímos a Jornada do Wi-Fi Estratégico aqui no WiFeed baseado em inúmeras experiências de implementação em empresas de grande porte.

Por isso vamos te mostrar as 6 etapas que utilizamos nos nossos projetos para construir o seu Wi-Fi estratégico! São eles:



1. Avaliação de Infraestrutura



2. Formalização de Piloto (POC)



3. Onboarding e Treinamento



4. Avaliação dos resultados



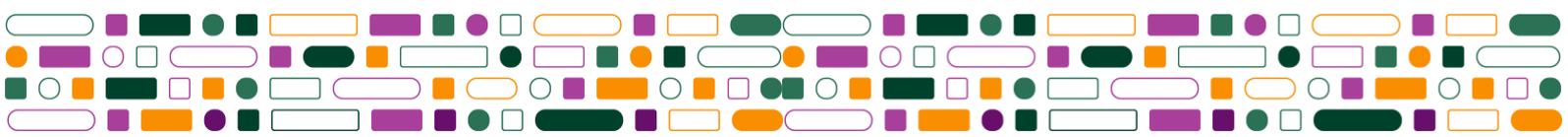
5. Efetivação da contratação



6. Wi-Fi como mídia e estratégia

● Avaliação de Infraestrutura

É nessa etapa que atuamos junto com a sua TI ou o seu integrador parceiro. Aqui é realizado um estudo da infraestrutura de Wi-Fi, principalmente levando em conta a marca dos roteadores (Access Points) que sua empresa possui. Isso faz diferença pois o WiFeed deverá ser instalado diretamente nesses roteadores (APs). Caso a marca do seu roteador não seja compatível com o WiFeed, será necessário instalar um novo hardware na rede que possibilitará a integração da rede com o sistema do WiFeed.





Independente do cenário 1 ou 2, em geral os custos são baixos e variam pela quantidade de pontos a serem instalados pelo WiFeed e também pela quantidade de acessos simultâneos que a rede deverá suportar.

Também é nesse momento que é feita a análise de como a rede é estruturada, se existe alguma divisão entre rede administrativa e rede de visitantes, se existe alguma solução de segurança como firewalls, ou até mesmo alguma política interna que possa influenciar no funcionamento da plataforma.

Caso você ainda não tenha nenhuma infraestrutura de rede, mas já entendeu a importância de um Wi-Fi estratégico e quer contratar o WiFeed, podemos te direcionar para um integrador parceiro nosso que irá te auxiliar a implementar o Wi-Fi na sua empresa!

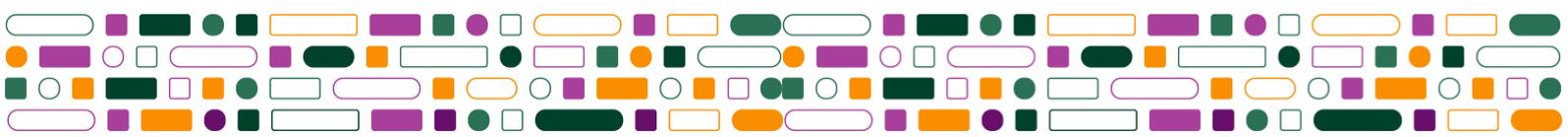
Após a etapa de Avaliação de Infraestrutura e aprovação dos custos envolvidos, é hora de ir para o Projeto Piloto, ou comumente conhecido como POC.

● Formalização de Piloto (POC)

Aqui é o momento onde instalamos o WiFeed em alguns estabelecimentos do seu supermercado, e você poderá avaliar se realmente a solução faz sentido para a empresa e se entrega o que lhe foi prometido.

Caso seu supermercado possua uma ou poucas unidades, é possível realizar a POC em todas elas. Caso seja uma rede de supermercados, em geral, a POC será realizada em apenas alguns pontos estratégicos para que a ferramenta possa ser testada.

A decisão da quantidade de locais, assim como a loja em si, é pensado em conjunto com você, a sua empresa e também o WiFeed, levando em conta o objetivo do projeto.





Geralmente são escolhidas lojas com maior fluxo de pessoas e com perfis de público diferentes.

Nesta etapa também são traçadas métricas de sucesso para serem avaliadas futuramente na etapa 4 (Avaliação dos Resultados). São essas métricas que irão ditar se o projeto foi bem sucedido ou não e quais as saídas para as melhorias.

É necessário nesta etapa:

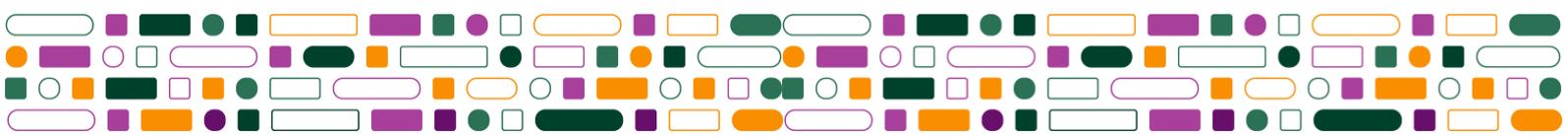
- Determinar o número de lojas a serem instaladas o WiFeed;
- Determinar quais são essas lojas e por que;
- Período e quantidade dias que a POC deverá ter;
- Resultados a serem esperados ao final da POC e métricas de sucesso a serem analisadas.

● **Aprendizado (Onboarding e Treinamento)**

Nesta etapa é compartilhado com você o login e a senha de acesso da plataforma para que você possa acessá-la. Aqui deve acontecer o envolvimento e a conexão com as demais áreas que podem ter interesse no WiFeed. Por experiência, o WiFeed auxilia bastante os times de Marketing, Trade Marketing, E-commerce, TI e CRM.

Como o WiFeed é um sistema robusto e que entrega muitas funcionalidades em uma ferramenta só, é crucial que as pessoas envolvidas no projeto, assim como as pessoas que forem usar a ferramenta, participem do onboarding e do treinamento do WiFeed. Essa etapa é tocada pelo time de Customer Success (Sucesso do Cliente) do WiFeed.

É neste momento que você vai aprender a usar a ferramenta no seu limite e também as melhores práticas para criação de campanhas e análise de dados. Não adianta de nada entregar uma ferramenta e você não saber como utilizá-la. Por isso, a etapa de Onboarding





e Treinamento é uma das etapas mais importantes de toda a Jornada para um Wi-Fi Estratégico.

● Avaliação dos Resultados

Terminado o tempo da POC, é hora de “concluir” o projeto. Na etapa 2, foram pontuados os resultados esperados para o projeto, e agora é o momento de coletar esses resultados e compará-los com os objetivos definidos lá no início.

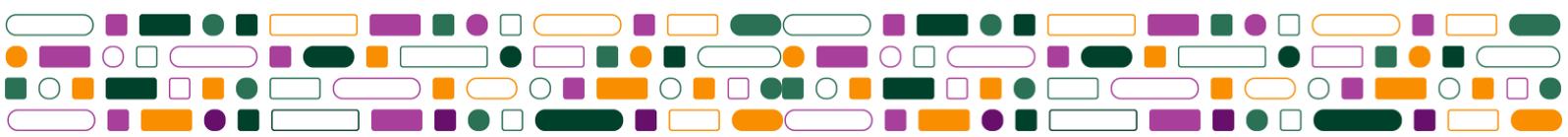
Caso haja alguma discrepância no que foi planejado para o que foi executado, é preciso entender o motivo dessa divergência e atuar para aprimorar. De qualquer forma, durante todo o projeto piloto o nosso time de CS (Customer Success) fica em contato com a sua empresa para lapidar essas melhorias ao longo do projeto e não somente no final.

Não havendo formas de melhorar e os resultados não sendo alcançados, o projeto para por aí. Só faz sentido avançar se o WiFeed estiver gerando valor para a sua empresa! Porém, nosso histórico indica que a imensa maioria dos pilotos resulta em objetivos alcançados e com isso temos um projeto de sucesso, podendo assim seguir para a próxima etapa!

● Efetivação da Contratação

O próprio nome já traduz o que essa etapa quer dizer. Passada a fase de Avaliação, está na hora de seguirmos para a assinatura do contrato e a efetivação da contratação por si só.

Nesta etapa solicitamos alguns dados para o contrato e outras informações importantes. Em alguns casos essa etapa envolve também os jurídicos das empresas, mas nem sempre. Passada essa validação do jurídico, criamos o documento e assinamos online!





Transformação do Wi-Fi em ferramenta de mídia e estratégia

Assinado o contrato e passado por todo o passo a passo da Jornada do Wi-Fi Estratégico, você terá em mãos a ferramenta e estará apto para utilizá-la da melhor forma possível, aumentando as receitas do seu supermercado em diversas formas possíveis.

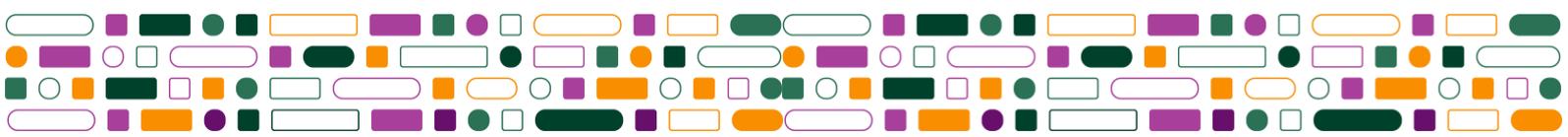
Mesmo após a finalização do projeto, o time de Customer Success do WiFeed estará sempre a disposição para sanar suas dúvidas e ajudar em problemas do dia a dia, e principalmente coletar os feedbacks da plataforma para possíveis melhorias. O produto **WiFeed** é criado e pensado para você usuário, seus feedbacks são levados muito a sério internamente! Daqui a pouco sua sugestão pode virar uma nova feature!

Ok, falamos bastante mas e na prática, como isso funciona? Conseguimos gerar tanto valor assim? Agora te mostramos um case de sucesso com o Grupo Supermercados Koch!

Traga inteligência para o seu Wi-Fi

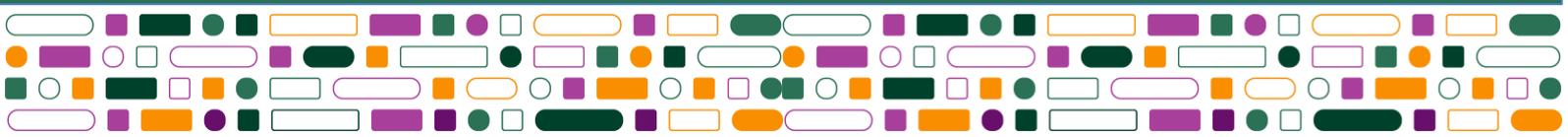
Obtenha métricas de acesso do seu supermercado, perfil dos seus cliente e crie campanhas personalizadas! Tudo isso entregando a melhor experiência de acesso ao Wi-Fi para o seu cliente!

Falar com um especialista



Case de sucesso

Supermercados Koch





Com 26 anos de história, o **Grupo Koch** já é a terceira rede de supermercados com maior faturamento no Estado de Santa Catarina e está entre as 20 maiores do país, conforme ranking da Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS 2020. Hoje o grupo possui duas bandeiras, Koch e o Komprão, que já somam 32 lojas em conjunto (34 até o final do ano), e em 2018 o e-commerce entrou para somar na estratégia da empresa.

Esse rápido crescimento e essa veia inovadora sempre estiveram presentes na cultura dos supermercados Koch, que vêm investindo em tecnologia e inovação para potencializar esse crescimento. E foi com essa mesma pegada que o WiFeed veio para somar às estratégias digitais. Durante este um ano de parceria com o grupo, o WiFeed trouxe inúmeros benefícios para diversas áreas: Trade Marketing, Marketing, E-commerce e TI.

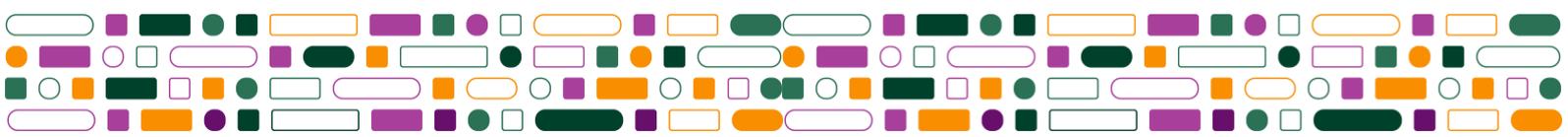
Antes da chegada do WiFeed, o Grupo Koch possuía uma solução para Wi-Fi “caseira” que não estava atendendo às demandas internas. Somado a isso, a busca por novos meios de mídias digitais para aumentar a receita por loja, trouxe o WiFeed como uma oportunidade para a estratégia.

Vamos apresentar os resultados de cada uma das áreas, trazendo principalmente a palavra dos gestores à frente do projeto.

Você pode ver o [vídeo do Case clicando aqui](#).

● **Agregando ao catálogo do Trade Marketing**

O Grupo Koch já possuía um catálogo de mídias tradicionais e ações que eram oferecidas para os fornecedores e para a indústria. No entanto, o WiFeed estimulou a criação de um novo pacote, ofertando o Wi-Fi como um novo espaço de mídia e agregando aos demais produtos do catálogo. Com isso, o Koch ganhou um diferencial competitivo em relação aos concorrentes e ainda potencializou as demais ações já ofertadas.





“(O WiFeed) agregou bastante no pacote de Trade, porque é diferente você ter a ponta de gôndola, a ilha e o display para negociar. A gente tem mais agora para negociar.”

Paula Valduga – Gerente de Negócios e responsável pelo trade marketing do Grupo Koch

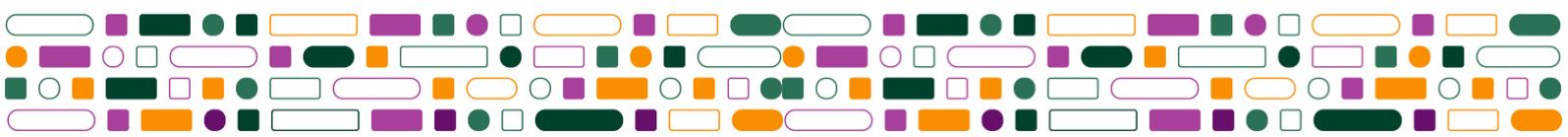
Já para os fornecedores e a indústria, foi perceptível quanto é relevante o nível de dados que o WiFeed entrega, **gerando informações e insights tanto para pequenos fornecedores quanto para gigantes do mercado**. Nos materiais de trade comuns, não se tem um nível tão detalhado de informações quanto na impactação digital, e isso gera muito valor para a indústria. A Paula ainda comenta:

“É isso que tento mostrar para eles (indústria), o quanto é importante essa mídia na loja, o quanto ela traz retorno também, tanto quanto ou mais um ponto extra.”

“Especialmente nesse momento de pandemia, nós temos menos gente na loja, por menos tempo e ele (o cliente) não entra no supermercado olhando para a ponta de gôndola, ele entra na loja olhando para o celular.”

Quando terminada a campanha, o fornecedor que anunciou no WiFeed, recebe do time de trade marketing um **relatório com todas as informações de impactação**, contemplando o **sexo do cliente, idade média dos impactados, tempo em tela, que tipo de cliente rejeitou ou engajou com a campanha, tudo em formato gráfico** que acaba facilitando a visualização dos dados e a geração de inteligência para a indústria. A Paula ainda comenta sobre um caso de um fornecedor:

“Acho que nem ele conhecia tanto o cliente dele, sabendo o sexo do cliente, o tempo que fica na tela, se engajou. Para este fornecedor foi muito legal, porque ele é pequeno, mas daqui a pouco pode trabalhar com esses dados e deslançar a venda muito mais.”





● Captando leads para o marketing e aumentando conversão para o e-commerce

O Thiago, que hoje é gerente de e-commerce no Grupo Koch, comentou como a implementação do WiFeed foi positiva para ele e para o seu time, deixando o trabalho de captação de leads muito mais fácil.

“Nós do e-commerce sempre buscamos a aquisição de leads, buscamos captar o cliente, e sempre pensávamos: ‘Poxa é tão difícil captar clientes lá fora e eu não estou captando o meu cliente interno’”.

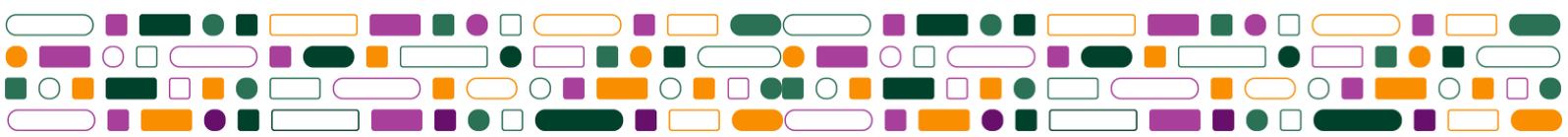
Thiago Hanna – Gerente de E-commerce

Com o WiFeed instalado em todas as lojas, a captação de cadastros dos clientes que frequentam as lojas físicas aumentou drasticamente. Mas como o e-commerce não sobrevive só de leads, é preciso também converter em vendas. Nesse ponto o WiFeed auxiliou e muito esse processo. O Thiago afirma:

“(...) é essencial para o e-commerce. Hoje, (o WiFeed) é um dos canais que mais traz acessos ao nosso e-commerce, tem uma conversão muito grande.”

Já a Simone Pereira, que é analista de e-commerce e utiliza o WiFeed quase que diariamente, falou sobre como é fácil criar uma campanha e como a ferramenta pode ser estratégica e bem utilizada:

“(...) para mim era um simples anúncio estático, mas não, o WiFeed vai muito além disso (...) hoje o desafio maior é conseguir tirar tudo o que você pode do WiFeed, porque é possível entregar uma interação muito maior e por trás tem uma estratégia.”





Entregando uma facilidade e não um novo problema para o TI

O Grupo Koch vem sempre trabalhando muito para entregar uma experiência cada vez melhor aos clientes nas lojas. Hoje, os clientes estão conectados o tempo inteiro e é sempre uma preocupação entregar uma conexão de qualidade para que eles possam interagir durante as suas compras.

Antes da contratação do WiFeed, o Grupo Koch já possuía uma solução “parecida” que foi desenvolvida internamente e que solucionava apenas alguns problemas pontuais, mas não extraia o máximo proveito como o WiFeed faz.

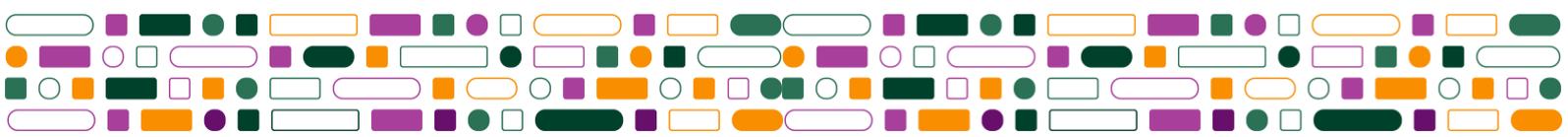
“Nós tínhamos uma solução caseira para fazer esse controle minimamente. Então entendemos que isso não estava de acordo com o porte da empresa (...) por isso fomos atrás de uma solução profissional, uma solução robusta que nos eliminasse esse problema.”

José Forest – Gerente de TI

Como a gente bem sabe, as empresas não querem uma solução que traga mais problemas e gere mais trabalho. Muito pelo contrário, querem soluções que tragam menos esforço operacional, mais benefícios e ainda um retorno financeiro. E não é diferente para o José, que comentou que o WiFeed conseguiu entregar isso muito bem:

“O WiFeed veio para solucionar um problema que nós tínhamos e nos ajudar na operação. Tanto que é uma coisa que não incomoda, funciona muito bem, não tem uma demanda recorrente em cima da operação ou do cuidado com o WiFeed.”

Questionamos também o José para saber como foi o projeto depois de vendido, para entender a complexidade e o tempo de implementação do projeto, desde o período da POC até o rollout para todas as lojas do grupo. E ele disse:

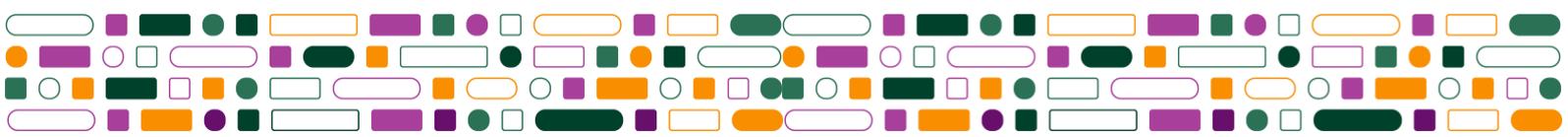




“Eu tenho a lembrança que são em torno de 30 dias, uma coisa muito rápida, entre os testes que a gente fez. (...) Da implementação até começar a funcionar, foi muito rápido.”

Foi dessa forma que o WiFeed conseguiu auxiliar as áreas de Trade Marketing aumentando seus produtos ofertados no catálogo de trade, ajudou Marketing e o E-commerce a coletar leads e aumentar suas conversões e também trouxe uma ferramenta robusta e profissional para o TI que atendesse a necessidade do porte da empresa.

Você pode ver o [vídeo do Case clicando aqui](#).





Considerações Finais

Esperamos que com a leitura desse E-book você tenha uma visão mais ampla e prática de como o Wi-Fi pode ser seu aliado nas estratégias do seu supermercado.

Para fechar, vamos as principais lições do e-book:

- Diferença infraestrutura de Wi-Fi e sistema de Wi-Fi, e suas áreas responsáveis
- Como funciona uma experiência de acesso ao Wi-Fi
- Como escolher um bom sistema de Wi-Fi
- Formas gerais de monetização do Wi-Fi
- Wi-Fi como um novo produto do mídia kit do Trade
- Wi-Fi como gerador de insights e informações dos clientes para o Marketing
- Processo de avaliação e implementação do sistema de Wi-Fi
- Case prático de sucesso no ramo de supermercados

Para finalizar, lembre-se que as tecnologias evoluem, é uma questão de se você quer tirar proveito de ser o pioneiro ou não nessa mudança. Agora mãos à obra!

Ficou interessado? Gostaria que o Wi-Fi de seu supermercado fosse mais estratégico? Fale com um dos especialistas do **WiFeed!** Será um prazer aprender sobre a sua realidade e identificar se podemos ter fit!

Falar com um especialista

