06/01/2016 - General Mills France implementa solução da Dassault Systèmes

Experiência na Nuvem da "Perfect Shelf" melhora colaboração entre marca e varejista

A Dassault Systèmes, a empresa 3DEXPERIENCE, líder mundial em software de projeto 3D, 3D Digital Mock Up e Product Lifecycle Management (PLM), anuncia a implementação da solução industrial "Perfect Shelf" pela General Mills France, uma das líderes mundiais na fabricação de alimentos, para a formulação de novas estratégias de merchandising da marca de sorvete Häagen-Dazs.
Desenvolvida para uma categoria de produtos caracterizada pelas compras por impulso, a "Perfect Shelf" permite que a General Mills France colabore melhor com os varejistas, otimize a experiência de compra dos consumidores e acelere o crescimento da marca.
Com a solução da Dassault Systèmes, a General Mills France agrega inovação na produção de sorvetes do varejo, oferecendo uma linha diferenciada de produtos Häagen-Dazs. Em março de 2015, a empresa lançou cinco novos sabores de picolés, desenvolvidos após dois anos de avaliações dos consumidores e utilizando a poderosa solução de gestão de categorias como apoio ao projeto.
Pesquisas revelam que poucos consumidores planejam comprar sorvete antes de chegar à loja. Entre 120 categorias de produtos, o sorvete ocupa a 27ª posição de compra mais impulsiva, sendo que aproximadamente 75% das vendas ocorrem durante o verão. Com isso, o crescimento do mercado depende fortemente da inovação e, como resultado, mais de 80 novos produtos são introduzidos nas prateleiras das lojas por ano. Além de novos sabores e formatos, marcas e varejistas devem considerar a colocação estratégica dos produtos nos corredores e nas prateleiras das lojas, garantindo sua visibilidade para inspirar as compras dos consumidores.
Baseada na plataforma 3DEXPERIENCE, a "Perfect Shelf" ajuda a General Mills France a demonstrar para os varejistas a competência em categorias de merchandising, recomendando cenários para prateleiras com base em pesquisas do comprador, o que alavanca a marca e aumenta a receita do varejista na categoria.
A General Mills France tem como vantagem a modelagem 3D avançada e baseada na Nuvem com aplicativos de visualização, e colabora com os varejistas do mercado de massa ao fornecer imagens realistas dos corredores da loja, incluindo prateleiras, acessórios, produtos de iluminação e materiais promocionais, junto com uma experiência de compra envolvente a partir de uma perspectiva de consumidor. Neste universo de 3DEXPERIENCE, alterações e aprovações de abastecimento, posicionamento do produto, sinalização e displays promocionais são produzidos em tempo real, facilitando a colaboração.
"Nós escolhemos a ´Perfect Shelf´ para nos ajudar a moldar uma nova visão para a categoria de sorvete e alcançar soluções de crescimento para nossos clientes relacionadas com as prateleiras. Essa solução colaborativa traz uma dimensão nova e inovadora para a gestão de categorias. Estamos começando a usar a "Perfect Shelf" e, no futuro, essa solução mostrará todo o seu potencial, desde a concepção de marketing do produto até seu posicionamento no núcleo de estratégias de merchandising dos varejistas", afirma Stanislas de Maleissye, Diretor de Gestão de Comércio de Categoria da General Mills France.
“Essa experiência industrial da Dassault Systèmes foi desenhada para ajudar as empresas de

bens de consumo embalados a colaborar melhor com seus clientes e implementar estratégias vencedoras de merchandising com mais rapidez. Com a plataforma na Nuvem 3DEXPERIENCE, o processo de design da experiência de compra é mais colaborativo e ocorre significativamente mais rápido, com maior amplitude, flexibilidade e menor custo", afirma Philippe Loeb, Vice-Presidente de Bens de Consumo Embalados e Indústria Varejista da Dassault Systèmes.

PLANIN