

## Estudo de Caso – Acme Fashion

A Acme Fashion é uma empresa que comercializa roupas por meio de uma plataforma online. Conta com uma vasta gama de produtos de sua marca Fashion Inc para diferentes públicos, incluindo roupas e calçados masculinos, femininos e infantis. Como a maioria das empresas de comercialização de produtos, começou com um nicho específico, no caso, vestidos femininos, e foi expandindo ao longo dos anos. Ao longo de mais de 30 anos de atuação vem buscando diversificar sua atuação, incluindo outros produtos (por exemplo, produtos de beleza), foco em estações do ano ou festividades (por exemplo, promoções e novidades para verão, produtos para Halloween, etc).

Um desafio atual da empresa é como harmonizar e consolidar todos os dados relativos ao conteúdo dos produtos para gerir de maneira mais eficiente. Com novas unidades comerciais que incluem diferentes produtos, os diretores de marketing encontraram um desafio cadastrar, operar e adicionar informações sobre as mercadorias. Demoravam horas para carregar novas informações e para navegar dados de texto incoerentes, múltiplas planilhas PDF/Excel, vídeos e milhões de folhas de cálculo espalhadas pelas pastas da empresa. Desta forma, o lançamento de cada novo produto resultava em informação fragmentada e muitas vezes incorreta na plataforma e, conseqüentemente, em prazos de entrega e na não colocação no mercado. Ultimamente, a Fashion Inc descobriu a possibilidade de uma repaginada na sua plataforma utilizando uma nova arquitetura que permite flexibilizar à gestão dos dados dos produtos. A intenção é generalizar a estrutura que armazena os diferentes tipos de informações dos produtos (textos, imagens, vídeos) de modo que seja fácil incorporar novos tipos de produtos ou outros segmentos. Por exemplo, pode facilmente passar da venda de vestuário para a venda de iPhones, chaves de fendas ou mesmo cursos de jardinagem online sem ter de reestruturar a plataforma existente.

Outra melhoria que empresa almeja é a utilização de *Omnichannel* para melhorar o canal de comunicação com seus clientes. Hoje a comunicação é somente por um chat na plataforma de vendas online.

Aliado a isso, tem grande interesse de explorar *Machine Learning* para melhorar os seus algoritmos de precificação de produtos.

Neste cenário, a Acme Fashion optou por contratar uma empresa de consultoria que a ajudasse a encontrar a melhor solução possível para os desafios do seu negócio.