



O Cliente no centro da **modernização**: A parceria da FNAC e da Claranet Portugal

FNAC Portugal

A FNAC Portugal, integrada no grupo FNAC-Darty, é uma referência no retalho omnicanal de produtos tecnológicos e culturais. Presente em Portugal desde 1998, hoje opera 33 lojas físicas e uma loja online. Globalmente, **o grupo conta mais de 25.000 colaboradores e regista uma faturação anual superior a 8 mil milhões de euros**. Reconhecida pela sua capacidade de adaptação e pelo compromisso com soluções personalizadas, a FNAC Portugal procura continuamente inovar a relação com os seus clientes, oferecendo experiências relevantes em todos os pontos de contacto.

O desafio

Num setor em constante transformação, marcado pela digitalização acelerada e por consumidores que exigem experiências integradas e personalizadas, a FNAC Portugal enfrentava um desafio: **como criar uma visão unificada para personalizar a experiência do cliente?**

O ecossistema tecnológico composto por vários sistemas apresentava um ponto de partida desafiante, porque a fragmentação de dados dificultava a obtenção de uma visão 360º do cliente e comprometia a personalização de campanhas de marketing e a eficiência no atendimento ao cliente, tanto nas lojas físicas como nos canais digitais.

Sem um sistema totalmente integrado, a capacidade de oferecer um serviço ágil e alinhado às expectativas dos clientes ficava comprometida. Tornava-se, assim, prioritário **avançar com um programa de transformação digital que assegurasse uma experiência consistente e personalizada, quer no digital, quer em loja**, reforçando o posicionamento da FNAC como marca de proximidade com o cliente.

António Carozo
Executive Board
Member - CIO
FNAC Portugal



A escolha da Claranet foi motivada, essencialmente, pela experiência comprovada em tecnologias Microsoft, nomeadamente em CRM Dynamics. A Claranet mostrou também flexibilidade, conhecimento do setor do Retalho e o compromisso com entrega de valor contínuo.

Os requisitos

Os principais requisitos identificados incluíram a **unificação e a transformação de dados de clientes, através da consolidação de dados de 10 fontes diferentes, a criação de uma visão única do cliente, a automação de campanhas de marketing**, incluindo segmentação avançada baseada em comportamentos e a otimização do serviço ao cliente, tanto no plano físico como digital.

A centralização e gestão de consentimentos em conformidade com o RGPD, bem como a integração bidirecional de sistemas legados com a nova plataforma CRM Microsoft Dynamics 365 eram igualmente necessárias. Incluiu-se ainda a **modernização do Contact Center, através de uma solução Omnicanal** (voz, chat, social), bem como a **utilização de Inteligência Artificial para prever comportamentos como churn e propensão a compra**. A construção de dashboards personalizados para análise de métricas de desempenho e satisfação mostrava-se também uma proposta relevante.

Estes requisitos foram detalhados através de workshops e documentação técnica, garantindo o alinhamento entre as necessidades operacionais e os objetivos estratégicos da FNAC.

A solução

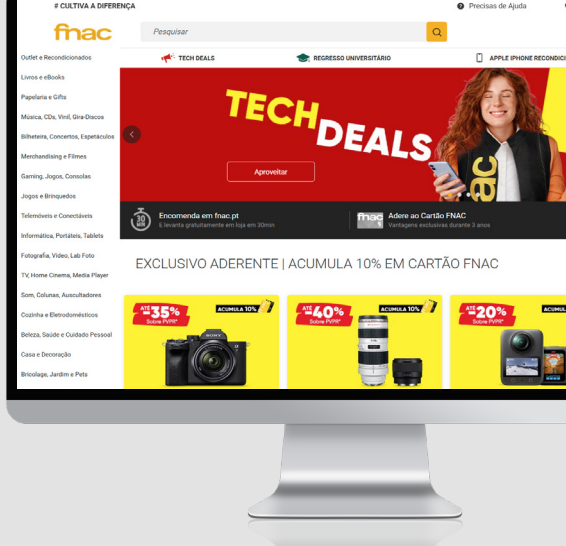
A Claranet Portugal acompanhou a FNAC neste percurso de modernização, construindo uma solução à medida das suas necessidades e dos seus objetivos estratégicos.

A proposta envolveu a implementação de uma **solução conjunta entre as equipas de Applications e Data & AI, baseada em CRM Microsoft Dynamics 365, onde foram incluídos os módulos de Customer Insights, Marketing Automation e Customer Service**, suportados por um Data Lake desenvolvido em Microsoft Azure.

Com a solução desenvolvida, a **Claranet Portugal garantiu a centralização de dados no Customer Insights (CDP)** – uma plataforma de dados de clientes – para criar perfis únicos de clientes. A automação de campanhas omnicanal, incluindo email, SMS e push notifications, e a utilização de modelos de IA para segmentação e previsão de comportamento foram também asseguradas.

Graças à colaboração contínua e próxima, o Customer Service, incluído em loja,

passou a funcionar numa lógica de automação com centralização da gestão de pedidos de clientes no CRM, **integrando todos os canais de comunicação e vendas e proporcionando uma experiência consistente e unificada para o cliente (omnicanalidade)**, incluindo canais de voz, chat, redes sociais e WhatsApp. Ao mesmo tempo, dashboards em Power BI começaram a ser utilizados para análise de dados em tempo real, permitindo uma resposta mais sólida e eficaz.



A Claranet, com esta combinação de competências, criou uma plataforma escalável, estruturou os dados, para que fosse possível criar processos que trouxessem às equipas da FNAC vantagens competitivas na sua relação com os clientes.



António Maia
Applications & Workplace
Senior Director

A implementação da solução decorreu em duas fases: uma primeira de **“Envisioning”** – para definição de casos de uso e arquitetura –, e uma segunda de **“Implementation”**, para a execução dos casos de uso definidos. Para garantir o sucesso, concretizando a mudança que a FNAC Portugal precisava e pôr em prática o plano conjunto definido, a Claranet Portugal mobilizou uma equipa multidisciplinar especializada em CRM, dados, IA e marketing.



Os benefícios

A parceria entre a Claranet Portugal e a FNAC permitiu:

- Melhoria da personalização da comunicação com clientes, impulsionando uma maior fidelização;**
- Aumento da eficiência operacional graças à automação de processos de marketing;**
- Redução de custos associados à fragmentação de dados e duplicação de esforços.**

Ao consolidar uma visão única e centralizada nos clientes, a FNAC não só conseguiu ter **uma comunicação mais próxima do seu público, como também uma diminuição dos tempos de resposta nas suas interações**. Desta forma, ao longo da experiência, notou-se um aumento da satisfação do cliente (NSat) e uma maior fidelização à marca.

A Claranet Portugal procurou sempre medir os resultados, nomeadamente através de métricas como NPS, aumento de vendas e redução de churn, garantindo uma estratégia funcional.

Este projeto permitiu reforçar o posicionamento da FNAC Portugal como uma marca próxima, inovadora e centrada no cliente, e que se mostra preparada para responder aos desafios de um mercado em constante transformação.



É um projeto de transformação digital que uniu uma empresa à volta de uma plataforma. Mas, mais do que isso, uniu a centrar no cliente. Todos os departamentos – loja, customer care, marketing – têm uma plataforma única, sobretudo uma plataforma que assenta no cliente.”



Inês Condeço
Diretora de Marketing
e Comunicação
FNAC Portugal



O futuro

A modernização digital é um percurso em contínua evolução. **A FNAC Portugal pretende, nos próximos passos, explorar novas possibilidades através de componentes de Inteligência Artificial generativa (GenAI) e de agentes autónomos, potenciando a produtividade das equipas e a diferenciação das experiências oferecidas aos clientes**. A flexibilidade das plataformas CRM Microsoft Dynamics 365 e Power Platform, combinada com o expertise dos especialistas da Claranet Portugal, permitirá continuar a evolução e a modernização das aplicações, fazendo com que se adaptem aos novos desafios do retalho omnicanal.

A Claranet Portugal continuará a ser parceira estratégica desta evolução, garantindo que a FNAC Portugal continua a destacar-se pelas suas boas práticas: acompanhando as tendências do mercado; adaptando-se às necessidades futuras e respondendo, de forma prática e eficaz, às expectativas dos seus clientes, utilizando a tecnologia ao seu serviço.

Para mais informações sobre a oferta Claranet Portugal e seus benefícios consulte:
claranet.pt

Key Service



Applications - CRM Solutions
(Microsoft Dynamics 365)



Data & AI - Business Insights

claranet

Make
modern
happen®