Inteligência em JBP

Como novas tecnologias e processos estruturados alavancam o futuro da colaboração entre a Indústria e o Varejo

JBP Hub by midfy · S/A+

Nota

Para facilitar a leitura e a aplicação dos conceitos apresentados neste guia, utilizamos os termos **Indústria e Varejo**. No entanto, as metodologias e estratégias de JBP são igualmente aplicáveis aos **Distribuidores**, que desempenham um papel estratégico na cadeia de abastecimento, especialmente no atendimento às pequenas e médias redes varejistas em todo o Brasil.

Em muitos cenários, os distribuidores assumem funções típicas da indústria, sendo responsáveis não apenas pela distribuição de produtos, mas também pela gestão de **investimentos comerciais e execução das ações nos pontos de venda** para múltiplas indústrias simultaneamente.

Índice

Capítulo 1
O novo paradigma da colaboração **4**

Capítulo 2
Desafios e pilares essenciais do JBP **7**

Capítulo 3
Implementando um JBP na prática **12**

Capítulo 4
Trade Marketing: o motor do JBP **18**

Capítulo 5
Tecnologia: o combustível do JBP **20**

Capítulo 6
Conclusão: o futuro do colaboração **23**

Sobre a Midfy **26**

Prefácio

A relação entre indústria e varejo nunca foi tão estratégica quanto agora. Em um mercado dinâmico, competitivo e orientado por dados, crescer de forma sustentável vai muito além das negociações comerciais – exige **colaboração estruturada, inteligência e execução impecável**.

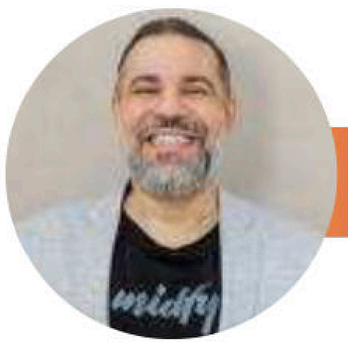
É nesse cenário que o **JBP** (*Joint Business Planning*) se destaca como um verdadeiro diferencial. Mais do que um planejamento, ele é um **método contínuo de trabalho colaborativo**, garantindo alinhamento estratégico, execução coordenada e crescimento mútuo.

Mas, para que um JBP realmente funcione, é preciso ir além da teoria. Este guia foi criado para **desmistificar o JBP** e mostrar, de forma prática, como ele pode transformar parcerias em vantagens competitivas.

Aqui, você encontrará conceitos essenciais, metodologias eficazes e um passo a passo detalhado para implementar um **JBP de alto impacto**.

O **futuro da colaboração já começou** – e quem souber liderar essa transformação estará sempre um passo à frente.

Boa leitura e sucesso nos seus JBPs! 🚀



Alex Terra
CEO da Midfy

Alex Terra é formado em administração de empresas com especialização em gestão de tecnologia pela **FGV**, possuindo mais de 25 anos de experiência.

Apaixonado por tecnologia aplicada ao varejo físico, é co-fundador da empresa **Pricefy** e também mentor de startups pela **Inovativa Brasil**.

Atualmente é **CEO da Midfy**, desenvolvendo a inovadora solução **JBPHub**, que conecta indústria e varejo para crescerem de forma sustentável. Acredita que a tecnologia tem o poder de revolucionar a forma como os **JBPs** são planejados e gerenciados, tornando-os mais inteligentes, ágeis e orientados por dados.

Conecte-se no LinkedIn ›



Capítulo 1

O novo paradigma da colaboração

A relação entre indústria e varejo está passando por uma transformação. O modelo tradicional, baseado apenas em negociações transacionais, está dando lugar a uma **colaboração estratégica**, onde ambas as partes trabalham juntas para gerar eficiência, previsibilidade e crescimento sustentável.

Com consumidores buscando **melhores experiências** em todos os canais, mercados **altamente competitivos** e **novas tecnologias** remodelando o setor, as empresas que adotam **parcerias inteligentes** saem na frente.

No modelo transacional, o foco está nos ganhos imediatos, como descontos, margens e volume de vendas. Já no modelo estratégico, a abordagem é diferente: indústria e varejo passam a **tomar decisões alinhadas a objetivos comuns**, criando benefícios a longo prazo.

No entanto, a colaboração estratégica **vai além de um planejamento bem-feito**. Ela requer uma execução estruturada e acompanhamento constante, com ciclos de otimização e melhoria contínua.

A colaboração estratégica se tornou essencial para garantir eficiência, melhorar a experiência para o shopper e impulsionar o crescimento para indústria e varejo.

O **JBP** (*Joint Business Planning*) é a peça-chave para transformar uma relação comercial tradicional em uma **colaboração inteligente e estratégica**. Ele fornece um *framework* estruturado, permitindo que indústria e varejo alinhem objetivos, definam planos concretos e monitorem resultados continuamente.

Diferente de negociações pontuais, o JBP estabelece **metas de longo prazo**, garantindo crescimento estruturado e previsível para ambos os lados.

Mais que um contrato, o JBP é um **método de trabalho colaborativo** que envolve as etapas de planejamento, execução e monitoramento, para que seja possível realizar ajustes dentro do período estabelecido.

O JBP vai além das lojas físicas, integrando também **canais digitais**, como *e-commerce*, CRM e redes sociais, para garantir uma **experiência de compra fluida e consistente**.

Como o *shopper* transita entre diferentes pontos de contato, a colaboração entre indústria e varejo precisa ser omnicanal, garantindo presença, personalização e eficiência em todos os momentos da jornada de consumo.

O JBP **não é exclusivo para grandes *players*** – ele pode (e deve) ser adotado por empresas de todos os portes, desde indústrias emergentes até varejistas regionais.

> Independentemente do tamanho do negócio, a colaboração estruturada impulsiona crescimento, fortalece parcerias e gera eficiência, tornando o JBP uma vantagem competitiva acessível a todos.

JBP: um modelo onde todos ganham

Para ser eficiente, um JBP precisa gerar valor para **indústria, varejo e *shopper***, mantendo o consumidor no centro das decisões. Esse conceito, chamado de "***Triple-Win***", garante que todos os envolvidos se beneficiem da parceria.

Benefícios

Indústria

- Maior previsibilidade e controle sobre ações promocionais.
- Otimização de investimentos em trade marketing e *retail media*.
- Melhor posicionamento e exposição de produtos no PDV.
- Aumento de *market share* e fortalecimento da marca.

Benefícios

Varejo

- Aumento das vendas e da rentabilidade das campanhas.
- Redução de rupturas e melhor gestão de estoque.
- Otimização do mix de produtos e precificação baseada em dados.
- Melhoria da experiência de compra do *shopper*.

Benefícios

Shopper

- Acesso a produtos mais relevantes e de maior qualidade.
- Ofertas e promoções alinhadas ao seu perfil de compra.
- Disponibilidade dos produtos no momento certo da jornada.
- Experiência de compra mais fluida e intuitiva.

Desmistificando o JBP: mitos e verdades

O que é um JBP	O que NÃO é um JBP
Um plano estratégico de longo prazo entre parceiros.	Apenas um contrato pontual entre vendedor e comprador.
Um processo estruturado para crescimento conjunto.	Uma ação de curto prazo (mensal ou trimestral).
Uma abordagem baseada em dados e objetivos comuns.	Apenas uma negociação de pacotes do mídia kit.
Um modelo de trabalho com ciclo de melhoria contínua.	Uma iniciativa unilateral, onde apenas um lado se beneficia.
Uma estratégia que envolve múltiplas áreas da empresa.	Apenas uma reunião de planejamento sem acompanhamento.

Em média, 30 a 40 JBPs são realizados por indústrias e varejos bem estruturados.

JBP vs. JVC

O **JVC** (*Joint Value Creation*) vai além do planejamento e execução estruturada de um JBP. Trata-se de um modelo mais estratégico, focado na inovação e na **construção de vantagens competitivas**.

O modelo do JVC possui uma abordagem mais ampla e **transformacional**, gerando diferenciação competitiva para indústria e varejo, permitindo criar impacto de longo prazo.

A abordagem do JBP, portanto, tem maior foco em garantir a estruturação das parcerias, com uma **visão prática para execução dos planos** e monitoramento dos objetivos acordados.

Ambos os modelos podem ser complementares – muitas empresas utilizam JBP para estruturar o dia a dia da operação e JVC para impulsionar inovação e diferenciação no mercado.

Exemplo de JVC

Uma empresa de alimentos e um varejista percebem o crescimento do mercado de produtos saudáveis. Ao invés de apenas planejar promoções, eles **co-criam uma nova linha de produtos exclusivos**, com embalagens diferenciadas e uma estratégia de lançamento alinhada ao público-alvo.



Capítulo 2

Desafios e pilares essenciais do JBP

O JBP não é um conceito novo. Sua origem remonta aos Estados Unidos no início dos anos 90, quando grandes *players* globais como **Unilever e Walmart** começaram a estruturar colaborações mais estratégicas.

Desde então, esse modelo evoluiu e **ganhou relevância no mercado brasileiro**, sendo prioridade para executivos da indústria e do varejo.

Apesar disso, há um grande abismo entre o planejamento e a execução. Segundo um estudo da *Advantage Group International*, **apenas 10% dos JBPs são plenamente executados** conforme o planejado.

Isso revela um desafio: mesmo com a colaboração na agenda das grandes empresas, **ainda existem falhas estruturais** que comprometem sua efetividade.

> 90% dos JBPs não atingem seus objetivos.

Confiança mútua entre os parceiros

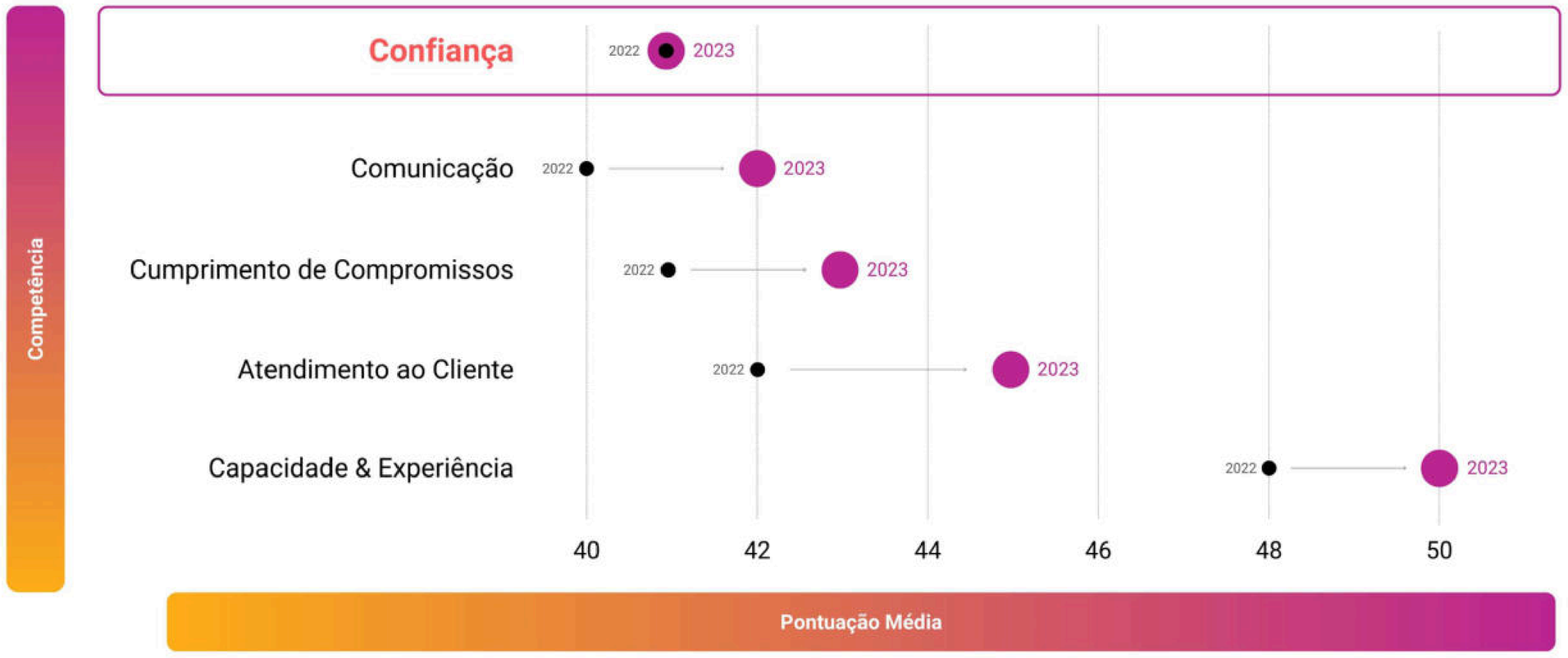
Um JBP bem-sucedido começa com um elemento essencial: **confiança entre os parceiros**. No entanto, nem sempre essa confiança é aplicada na prática.

O relatório *Advantage Report Voice of the Customer 2024*, que analisou indústrias e varejos em 45 países, revelou um dado preocupante:

> A confiança entre parceiros é um dos critérios mais mal avaliados e não tem apresentado evolução significativa ao longo do tempo.

A falta de confiança leva a ineficiências, retenção de informações, descumprimento de compromissos e falhas na execução do JBP.

Para resolver isso, indústria e varejo devem adotar uma postura de **transparência e comprometimento**, garantindo que o planejamento seja mais do que um documento – mas um acordo de colaboração real.



Fonte: Advantage Report Voice of the Customer 2024. Adaptado por Midfy

Sem confiança, não há JBP eficiente. A colaboração genuína só ocorre quando todos compartilham informações e trabalham juntos para alcançar os objetivos.

Os 3 pilares fundamentais do JBP

Mais do que um contrato formal, um JBP deve ser encarado como uma **estratégia contínua de colaboração**, onde o sucesso de um parceiro impulsiona o crescimento do outro.

Para que isso aconteça, **três pilares** devem ser fortalecidos:



Pilar 1

Planejamento estruturado e multidisciplinar

Um JBP eficaz começa com um **planejamento estratégico sólido**, mas para que ele seja efetivo, precisa ir além das metas comerciais e envolver diferentes áreas.

Muitas empresas ainda tratam o JBP como um acordo entre os times de vendas da indústria e de compras do varejo. Porém, **ele deve ser multidisciplinar**, integrando áreas como trade marketing, logística, operações, financeiro e inteligência de mercado.

Construir um planejamento estruturado inicia por estabelecer objetivos concretos, mensuráveis e de **comum acordo entre as partes**, como aumento de *sell-out*, ganho de *market share* e otimização da margem.

Cada time envolvido deve ter clareza sobre sua contribuição para o plano, contando com um **cronograma estruturado**, definindo os responsáveis, prazos e entregáveis para cada ação.

Exemplo

Prático

Ao invés de definir apenas a meta de crescimento para uma determinada marca, indústria e varejo devem mapear quais iniciativas de trade marketing, sortimento e distribuição serão implementadas para alcançá-la.

Pilar 2

Compartilhamento eficiente de dados

Em um mercado competitivo e orientado por dados, o sucesso de um JBP depende de informações **concretas, atualizadas e acessíveis**. Sem isso, o planejamento perde precisão, a execução fica desalinhada e os resultados comprometidos.

Para que o compartilhamento de dados seja eficiente, é essencial definir **quais informações serão compartilhadas e com qual frequência**, criando uma rotina que garanta previsibilidade e alinhamento contínuo.

Nenhuma decisão estratégica pode ser baseada apenas em *feeling* ou suposições.

No planejamento, para a **estruturação do JBP**, a troca de dados deve incluir **informações históricas** sobre vendas, rentabilidade, estoque e campanhas anteriores, além de **projeções futuras**, como lançamentos de novos produtos, inaugurações de lojas e eventos do calendário promocional.

Durante a execução do plano, o foco deve estar no **monitoramento contínuo da performance**, assegurando que as ações sejam implementadas corretamente e ajustadas sempre que necessário.

Os principais dados a serem acompanhados incluem, por exemplo, a **execução das iniciativas de trade marketing, desempenho de promoções, impacto no *sell-out* e disponibilidade de estoque**.

Exemplo

Prático

Se a indústria pretende lançar um novo SKU, mas o varejo planeja a abertura de várias lojas na mesma época, o JBP precisa equilibrar investimentos entre o fortalecimento do lançamento e a expansão da operação do varejista, maximizando os resultados para ambos.

Para que o compartilhamento de dados **agregue valor ao JBP**, eles devem ser **auditáveis**. Isso significa que deve haver rastreabilidade para verificar a precisão das informações e evitar distorções. Algumas formas de garantir isso incluem:

- **Integração de dados via ERP** – Evita inconsistências, reduz tarefas manuais e melhora a eficiência do processo.
- **Comprovação visual das ações** – Como fotos de execução no PDV e registros de *compliance* nas ações digitais.
- ***Dashboards* e relatórios automatizados** – Para acompanhar a performance da implementação em tempo real por todos envolvidos.

A inteligência de dados não está apenas na quantidade de dados disponíveis, mas na forma como são compartilhadas, interpretadas e transformadas em decisões estratégicas.

Pilar 3

Acompanhamento rigoroso da execução

Um dos erros mais comuns no JBP é **tratar o planejamento como um contrato estático**, sem um processo de monitoramento constante.

A execução precisa ser acompanhada de perto para garantir que eventuais desvios sejam ajustados a tempo. Para um monitoramento eficaz, é preciso verificar os seguintes elementos:

Mapeamento das metas e KPIs

Garantir que os objetivos mapeados no planejamento tenham indicadores-chave específicos e compreendidos por todos para avaliar a performance do plano.

Rotinas de revisão e ajustes

Estabelecer ***check-ins* periódicos** e agendas de **reuniões de acompanhamento** entre indústria e varejo para analisar resultados, identificar desvios e redefinir estratégias conforme necessário.

Acompanhamento em tempo real

Uso de tecnologias especializadas que permitem consolidar dados e gerar insights, garantindo que o JBP seja gerenciado com precisão e transparência.

A capacidade de ajustar estratégias com base em dados atualizados diferencia um JBP bem executado de um plano engessado que perde relevância ao longo do tempo.

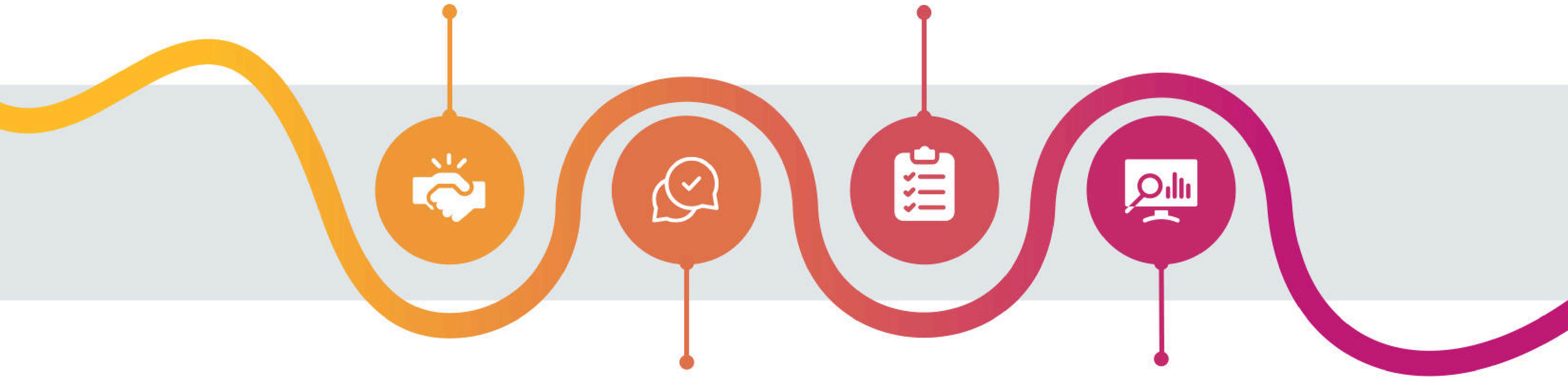


Capítulo 3

Implementando um JBP na prática

Um JBP eficiente exige **organização, alinhamento e disciplina** para transformar a parceria em resultados concretos. Para isso, é essencial seguir um processo estruturado.

A implementação bem-sucedida do JBP depende de quatro passos fundamentais, que devem ser desenvolvidos com consistência e foco:



1. Escolher os parceiros
2. Alinhar as expectativas
3. Construir o plano
4. Monitorar ajustes

Quando implementado corretamente, um JBP deixa de ser apenas um acordo comercial e se torna uma vantagem competitiva.

Passo 1: Escolher os parceiros

O sucesso do JBP começa na **seleção dos parceiros estratégicos**. Nem todas as parcerias são ideais para um JBP. Por isso, é importante escolher empresas que tenham impacto relevante e estejam alinhadas com a proposta de crescimento conjunto.

Critérios para definir os parceiros ideais

Relevância para o negócio	O parceiro deve ter um impacto significativo no faturamento, na competitividade e no crescimento da operação. Isso inclui tanto parceiros estratégicos atuais quanto aqueles que possuem grande potencial de expansão.
Disponibilidade de recursos	Estruturar um JBP exige tempo, equipe e investimentos. O parceiro ideal deve ter capacidade operacional e financeira para executar o plano de forma eficiente.
Compromisso com execução e governança	Empresas organizadas, disciplinadas e comprometidas com a execução aumentam a previsibilidade do JBP e garantem melhores resultados.
Abertura para troca de dados	A transparência na troca de informações é essencial para que as decisões sejam baseadas em dados concretos, e não em suposições.

Passo 2: Alinhar as expectativas

Muitas vezes, indústria e varejo iniciam a construção do JBP **sem definir as bases da parceria**, o que pode gerar interpretações diferentes sobre prioridades, compromissos e critérios de sucesso.

Para evitar este problema, é fundamental **estabelecer diretrizes claras desde o início**, garantindo que todos compartilhem da mesma visão.

Quatro elementos-chave são essenciais para um **alinhamento eficaz**:

Identificação de oportunidades e prioridades	Quais desafios e oportunidades o JBP deve abordar? O foco será crescimento de categoria, ganho de market share ou redução de ruptura? Como ele impulsiona o crescimento mútuo?
Definição do compartilhamento dos dados	Quais dados serão compartilhados? Em qual nível de granularidade? Com qual frequência e formato? Qual período histórico será analisado?
Modelo de trabalho colaborativo	Quem serão os responsáveis e quais os seus papéis? Como os dados compartilhados serão utilizados para maximizar o seu valor?
Definição dos KPIs e métodos de cálculo	Quais métricas serão acompanhadas? Como calcular cada um dos indicadores? Qual será a fonte oficial dos dados para auditoria?

Passo 3: construir o plano

Depois de alinhar as expectativas o plano do JBP deve ser desenvolvido.

Indústria e varejo primeiramente criam seus **planos individuais**, considerando suas próprias prioridades e desafios.

Após essa etapa, ocorrem as apresentações, conciliação de interesses e **construção do plano final**, validado pelas lideranças e comunicado a todos os envolvidos.

Elementos essenciais do JBP

1 Objetivo
Metas específicas e mensuráveis, como crescimento em *sell-out* e redução de ruptura.

2 Iniciativas
Plano de ação, com responsáveis e prazos, que se desdobram a partir dos objetivos. ***Exemplos:*** *inauguração de lojas, lançamentos de novos produtos ou revisão do sortimento.*

3 Incentivos comerciais
Regras da negociação comercial, como descontos por volume, bonificações e outros incentivos.

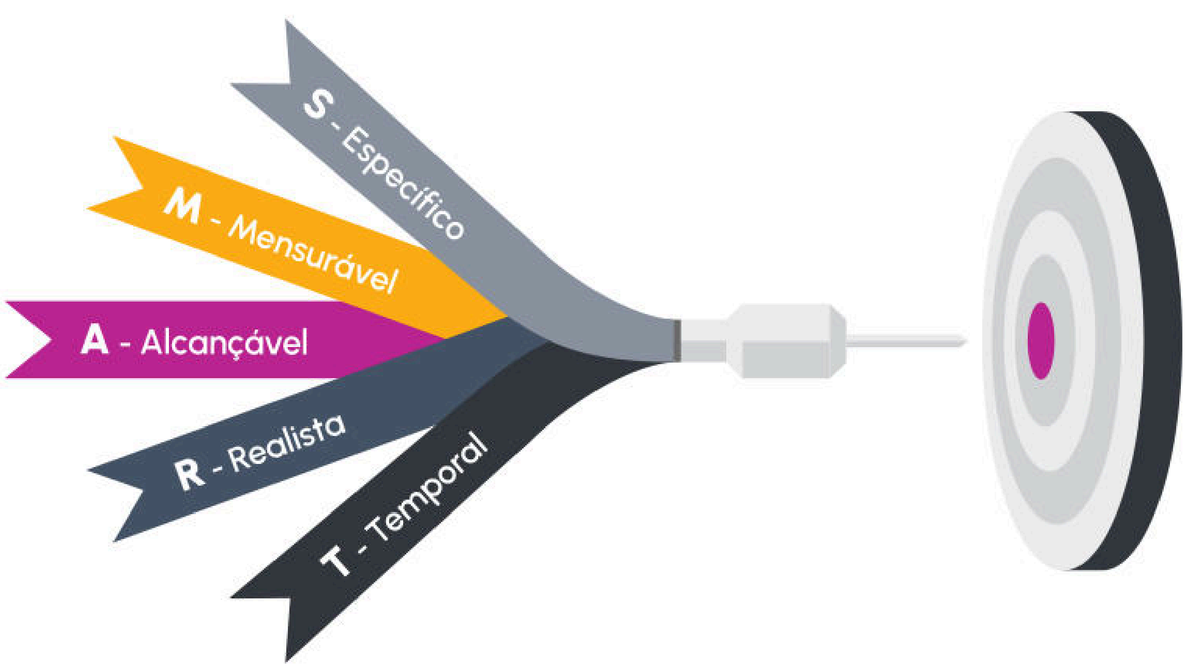
4 Investimentos em Trade
Investimentos em pacotes de diversos ativos do Mídia Kit, como pontos extras, *e-commerce* ou CRM, para as ações ao longo do JBP.

5 Rotina de acompanhamento
Plano de comunicação e estrutura de governança, incluindo reuniões trimestrais de revisão e *status reports*.

> "Um objetivo sem um plano é apenas um desejo"
> Antoine de Saint-Exupéry, autor de O Pequeno Príncipe.

Definindo objetivos eficazes no JBP

Para que os objetivos sejam **claros, mensuráveis e alcançáveis**, é recomendado adotar métodos comprovados, como **SMART**, que asseguram foco e precisão, evitando interpretações ambíguas.



Exemplo: "Aumentar o *sell-out* da categoria em 12% nos próximos seis meses, com participação ativa nas campanhas de verão e carnaval."

A escolha dos indicadores no JBP deve ser estratégica, focando apenas naqueles que **realmente impactam os resultados**. Excesso de métricas pode gerar sobrecarga de informações e conflitos, desviando a atenção do que realmente importa: **crescimento sustentável da parceria**.

Os indicadores do JBP devem contemplar **diferentes perspectivas** para garantir uma visão completa e estratégica, incluindo aspectos financeiros, operacionais, visão do *shopper* e processo da parceria.

Abaixo, exemplos de indicadores abrangendo **múltiplas dimensões**:

Financeiro	Operações	Shopper	Processo
Vendas (*sell-out*)	Dias de inventário	Ticket Médio	NPS
Margem bruta	% Ruptura	Frequência	*Score* de execução
Margem líquida	Entregas *On-Time*	% Cesta	Efetividade de visitas
Prazo de pagamento	Entregas completas	Custo por clique	Presença de promotor



Capítulo 4

Trade Marketing: o motor do JBP

Trade Marketing é uma das **alavancas estratégicas mais poderosas** para impulsionar vendas, fortalecer a presença da marca no ponto de venda e construir parcerias de longo prazo entre indústria e varejo.

Enquanto o JBP define as diretrizes e metas, o Trade Marketing transforma esses planos em visibilidade, campanhas eficazes e maior conversão de vendas.

Sem um Trade Marketing estratégico, o JBP corre o risco de ficar no papel. Com ele, as iniciativas geram engajamento e impulsionam as vendas.

Estando bem estruturados, os processos de Trade Marketing **potencializam o impacto do JBP**, assegurando que as ações acordadas sejam **implementadas com excelência**.

Os investimentos não devem se limitar apenas ao ponto de venda físico. Com a digitalização do varejo, as estratégias de JBP precisam incorporar ações em **todos os momentos da jornada do *shopper***, considerando ativações no CRM, no *e-commerce* e nas redes sociais.

Dessa forma, fica evidente que o Trade Marketing vai muito além de uma área de suporte – ele é um **pilar estratégico fundamental**, responsável por transformar as diretrizes do JBP em ações concretas, garantindo execução, otimizando investimentos e impulsionando resultados.

Passo 4: monitorar e ajustar

A **falta de acompanhamento** é uma das principais causas de insucesso do JBP. Muitas empresas dedicam tempo ao planejamento inicial, mas falham no monitoramento da execução.

Para evitar isso, é essencial acompanhar os indicadores-chave mapeados junto aos objetivos e **manter uma rotina de governança ativa**.

1. Revisão contínua de KPIs

Os principais indicadores mapeados no plano do JBP devem ser monitorados continuamente. Para que isso ocorra, a **atualização dos dados deve ser automatizada**, garantindo acesso rápido e confiável às informações.

2. Rotinas de acompanhamento e governança

Para evitar que o JBP perca força ao longo do tempo, é essencial definir uma rotina clara de monitoramento, como apresentada no exemplo abaixo:

Frequência	Rotina
Semanal	Envio de alertas individuais com responsabilidades, calendário de ações e promoções, além de notificações de tarefas atrasadas.
Mensal	*Status Report* com evolução dos indicadores-chave e pontos de atenção, para permitir ajustes táticos no planejamento.
Trimestral	Reunião de revisão com todos envolvidos para apresentação das entregas, análise dos resultados e otimização do plano.
Anual	Avaliação da execução do JBP, documentação das lições aprendidas, oportunidades de melhorias e definição do próximo ciclo.

Co-criação de valor entre Indústria e Varejo

Para que um JBP seja eficaz, é fundamental que indústria e varejo desenvolvam as **estratégias de Trade Marketing em conjunto**.

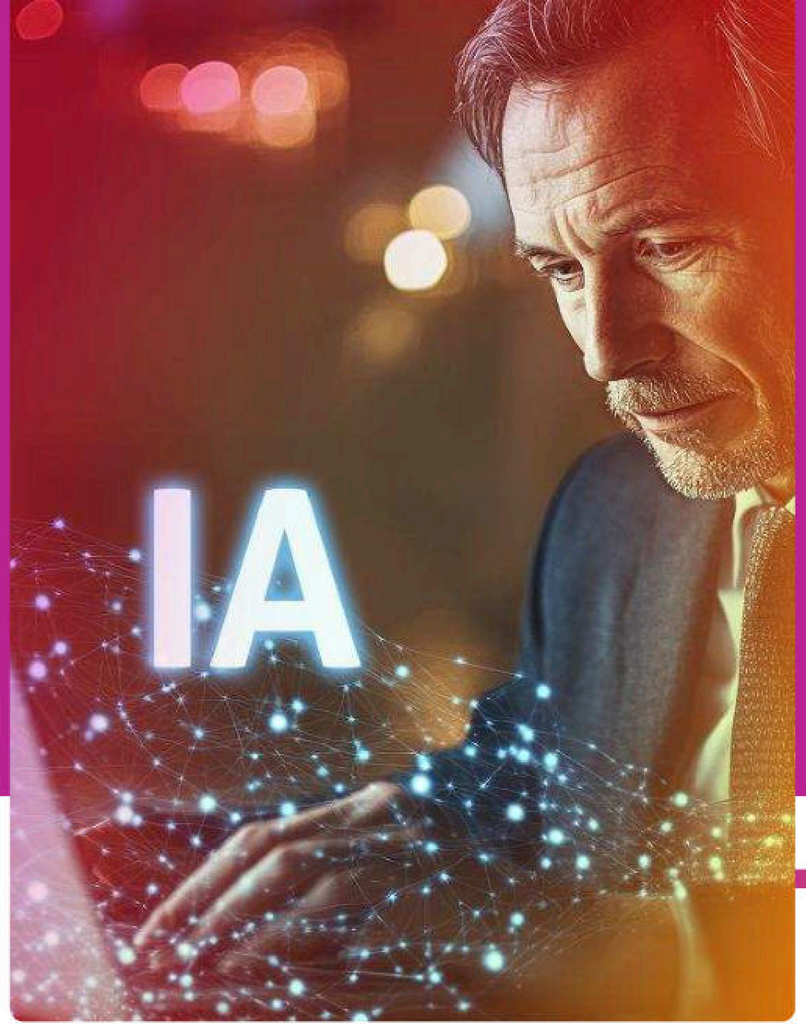
Empresas que criam em conjunto suas campanhas conseguem direcionar melhor os investimentos, otimizar a experiência do shopper e fortalecer a parceria.

Até 80% dos investimentos em Trade Marketing podem ser definidos dentro dos JBPs. Isso reforça a **importância da co-criação** para maximizar os recursos disponíveis e aumentar o ROI.

Até 80% dos investimentos em Trade Marketing podem ser definidos no plano do JBP.

Como ocorre a co-criação no Trade Marketing

Definições conjuntas	Definição de sortimento e precificação, assegurando que a categoria esteja ajustada às necessidades do shopper e à estratégia comercial.
Planejamento integrado	Planejamento de campanhas e promoções, garantindo sinergia entre os interesses das duas partes para evitar sobreposições ou desperdício de investimentos.
Uso de dados	Uso estratégico de dados e *shopper insights*, tomando decisões mais assertivas sobre precificação, impacto em visibilidade e ativações nos canais físicos e digitais.



Capítulo 5

Tecnologia: o combustível do JBP

A **colaboração entre indústria e varejo evoluiu**. O que antes dependia apenas de boas intenções e acordos pontuais, hoje exige planejamento estratégico, execução rigorosa e monitoramento preciso.

Se vimos que o Trade Marketing é o motor do JBP, podemos entender que a **tecnologia é o combustível** que faz tudo isso funcionar com eficiência.

Ela resolve esses desafios ao trazer **inteligência, automação e precisão** para a gestão do JBP, tornando a colaboração entre indústria e varejo mais eficiente, previsível e orientada por dados.

> A tecnologia garante que cada etapa do JBP seja executada com clareza e rastreabilidade, fortalecendo a parceria entre indústria e varejo.

Sem **governança, rastreabilidade e previsibilidade**, um JBP corre o risco de se tornar **apenas um documento esquecido**, sem impacto real no crescimento das empresas envolvidas.

Um plano de JBP impecável no papel não gera resultados se a execução for falha. O **maior gargalo das empresas não está na estratégia ou nas negociações**, mas sim na sua implementação e acompanhamento.

É aqui que plataformas especializadas em JBP – como a **JBPHub da Midfy** – entram em cena, garantindo que **cada etapa seja cumprida sem desvios**.

Principais vantagens de uma plataforma de inteligência em JBP

Centralização de informações	Todos os dados do JBP ficam disponíveis em um só lugar, acessíveis a todas as áreas envolvidas.
Automação de processos	Redução do tempo com tarefas manuais, e repetitivas, aumentando eficiência operacional.
Monitoramento em tempo real	KPIs sempre atualizados, permitindo que ajustes sejam realizados de forma rápida e embasada.
Rastreamento de execução	Cada iniciativa do JBP pode ser acompanhada com evidências visuais e dados concretos.

Tecnologia para orquestrar a execução

A execução de um JBP é um **processo complexo**, que envolve múltiplos *stakeholders*, diversas frentes de atuação e se desdobra em centenas de atividades distribuídas entre indústria e varejo.

A tecnologia desempenha um papel crucial nesse cenário, **orquestrando o fluxo de atividades**, conectando os times, garantindo alinhamento, visibilidade e eficiência na execução do JBP.

Sem tecnologia para gerenciar esse *workflow*, a execução fica suscetível a falhas como atrasos em tarefas, retrabalho ou até mesmo **erros críticos que comprometem os investimentos**, como a não-execução de determinadas ações ou alocação incorreta de produtos no PDV.

Inteligência Artificial: o JBP no modo turbo

A **Inteligência Artificial** (IA) não é mais uma promessa para o futuro – ela já está revolucionando a forma como JBPs são planejados, executados e monitorados.

Com a capacidade de processar grandes volumes de dados em tempo real, a Inteligência Artificial permite **identificar padrões, prever tendências e sugerir ações estratégicas** com mais assertividade.

Ferramentas baseadas em IA podem consolidar informações dispersas de diferentes fontes, cruzando dados de vendas, estoques, campanhas de marketing e comportamento do consumidor.

Entre os avanços de maior impacto, os **agentes conversacionais impulsionados por IA** estão transformando a gestão do JBP ao proporcionar **interações dinâmicas e instantâneas via WhatsApp** e outros canais de comunicação utilizados no dia-a-dia.

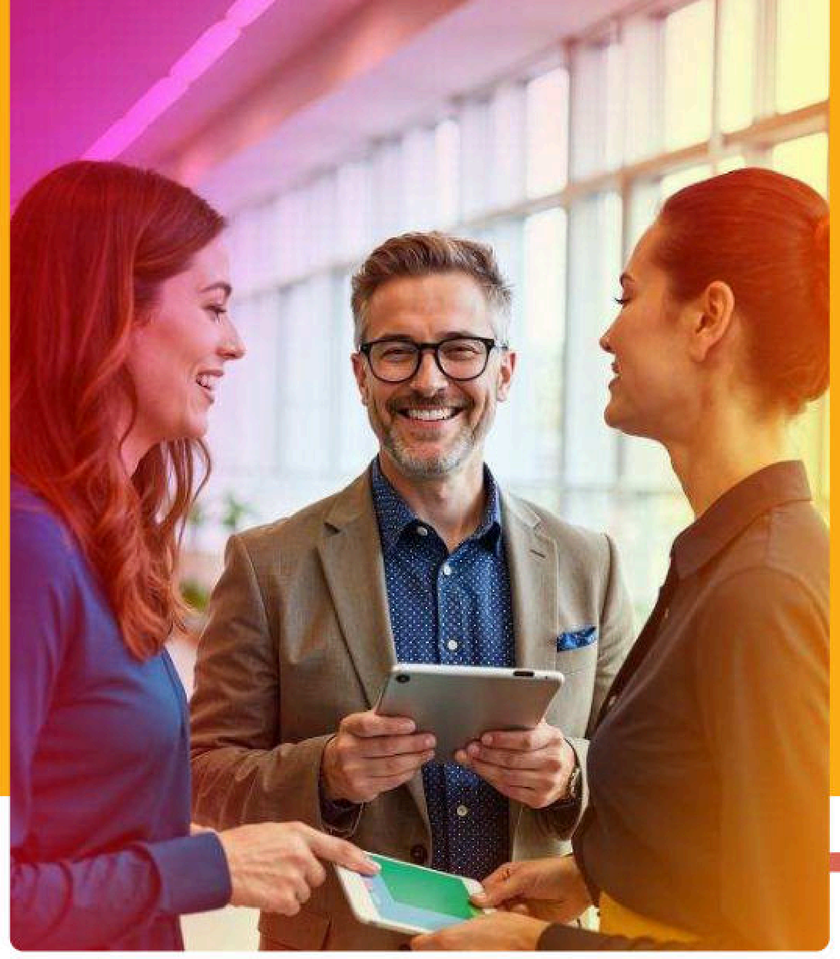
Abaixo alguns exemplos de utilização efetiva de **IA conversacional** para potencializar a execução e monitoramento do JBP:

1 Notificações
Notificações via WhatsApp avisam sobre prazos, pendências e ajustes no JBP. Se houver atraso, a IA aciona o responsável na hora.

2 Perguntas
Perguntas sobre metas, vendas e ações de trade marketing são respondidas em segundos, sem precisar de e-mails ou reuniões.

3 Análises
O agente solicita e analisa fotos do PDV. Caso identifique algo errado, como produtos expostos de forma inadequada, é gerado um alerta imediato para correção.

O futuro do JBP está na integração entre inteligência de dados e IA conversacional, tornando a colaboração entre indústria e varejo mais eficiente do que nunca.



Capítulo 6

Conclusão: o futuro da colaboração

O **JBP não é mais um diferencial** – é uma necessidade competitiva.

Ao longo deste guia, exploramos como um JBP bem estruturado impulsiona crescimento, melhora a execução e **fortalece as parcerias** entre indústria e varejo.

Mais do que um simples planejamento, o JBP representa um modelo contínuo de trabalho colaborativo baseado em **confiança, inteligência de dados e execução estruturada**.

As empresas que conseguirem transformar o JBP em um processo dinâmico, **orientado por dados e impulsionado por tecnologia** terão vantagem competitiva duradoura.

Os JBPs devem evoluir para modelos ainda mais preditivos e dinâmicos, com auxílio das **Inteligências Artificiais**, permitindo ajustes em tempo real e otimização das ações com agilidade.

Em um mercado onde velocidade e precisão são diferenciais competitivos, **não há espaço para decisões baseadas em intuições**.

O **JBP não é o futuro – ele é o presente**. Aqueles que souberem aplicá-lo estrategicamente não apenas crescerão, mas deverão garantir vantagens sustentáveis de longo prazo.

A Midfy está pronta para ser sua parceira nesta jornada, oferecendo a única plataforma dedicada à gestão de JBPs do mercado.

Lições aprendidas neste guia

Ao longo deste material, exploramos conceitos e práticas essenciais para estruturar um JBP de alto impacto. Entre as principais aprendizados, podemos destacar:

1

O JBP não é apenas um contrato comercial

Negociações pontuais focadas apenas em preço e volume já não garantem crescimento sustentável. A nova era da colaboração exige planejamento estratégico, monitoramento contínuo e ajustes constantes.

2

Confiança é o alicerce da colaboração

A confiança, embora desafiadora, é chave para parcerias sólidas. Quando estabelecida, ela torna os acordos mais eficazes, gerando crescimento sustentável e resultados vantajosos para todos.

3

Dados são a espinha dorsal do JBP

A inteligência de mercado deve guiar decisões estratégicas, eliminando suposições. A troca eficiente de informações é essencial para maximizar o crescimento mútuo.

4

Trade Marketing transforma estratégia em ação

O Trade Marketing é a alavanca estratégica que converte o JBP em ações concretas, assegurando que o planejamento se transforme em execução eficaz e gere um impacto real no PDV e nos canais digitais.

5

Tecnologia é obrigatória para a escalabilidade e eficiência

A era de JBP gerenciado em planilhas ficou para trás. As empresas que adotam plataformas inteligentes e automatizadas têm mais controle, governança e previsibilidade em suas parcerias.

JBPs bem executados não apenas impulsionam vendas – eles criam parcerias estratégicas sustentáveis e definem os líderes do mercado.



Midfy no podcast 'No Alvo Cast'

Alex Terra, CEO da Midfy, foi convidado para o programa NoAlvoCast, apresentado por Fernanda Dalben, para um debate sobre o “Futuro da Colaboração entre Indústria e Varejo”.

Para conferir esse bate-papo imperdível, clique no botão abaixo!

Assista o Podcast ›

Considerações finais

O **futuro da colaboração entre indústria e varejo** será cada vez mais digital, integrado e orientado por dados.

As **Inteligências Artificiais** terão um papel cada vez mais essencial na previsão de tendências e no engajamento entre todos os atores do JBP.

A **Midfy** tem liderado essa transformação, ajudando empresas a estruturar, automatizar e monitorar seus JBPs de forma inteligente. A nossa plataforma **JBPHub** elimina ruídos, melhora a comunicação e garante que cada etapa do JBP seja rastreável e eficiente, permitindo que indústria e varejo maximizem seus investimentos.

Quem ainda depende de processos manuais e desalinhados terá dificuldades em acompanhar o ritmo do mercado. **A transformação já começou** e agora é o momento de agir.

O JBP não é apenas um método – **ele é um diferencial estratégico**. Quem souber estruturá-lo de forma eficiente e garantir sua execução estará sempre à frente da concorrência.

Agora é hora de colocar o conhecimento deste guia em prática e transformar a colaboração em resultado!

No futuro, a colaboração será integrada por dados e inteligência artificial. Quem souber aproveitar essa evolução terá vantagem competitiva de longo prazo.

JBPHub by midfy

Inteligência em JBP para alavancar crescimento entre Indústria e Varejo

Com tecnologia exclusiva e especialistas dedicados, a JBPHub converte os acordos de JBP e estratégias de Trade Marketing em resultados concretos e mensuráveis.



GRUPO PEREIRA · COOPER A nossa Cooperativa · Ítalo · Dia · DROGA LIDER · A Nossa Drogaria Nossa paixão é servir você!

Transformamos colaboração em crescimento

O JBP é a chave para transformar relações comerciais tradicionais em parcerias estratégicas e inteligentes.

Por muito tempo, essa colaboração foi fragmentada, com planilhas desconectadas, falta de visibilidade e processos desalinhados, limitando o crescimento e as oportunidades.

A **Midfy** combina metodologia e tecnologia avançada para mudar esse cenário. Nossa plataforma **JBPHub** conecta indústria e varejo de forma estruturada, eficiente e orientada por dados, trazendo mais clareza e assertividade para as negociações.

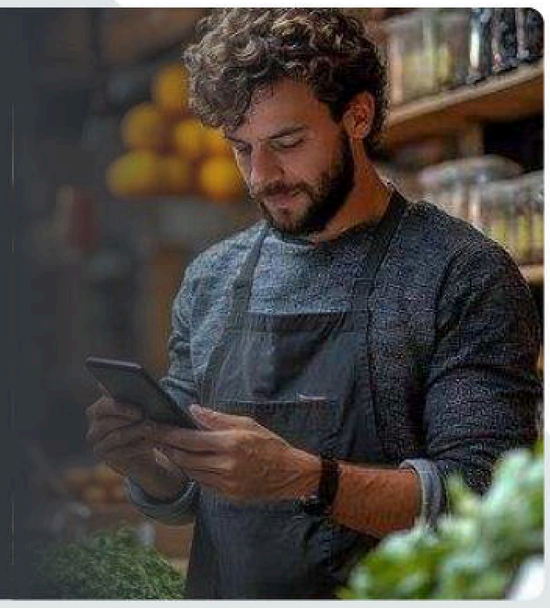
Com a nossa solução, os JBPs são planejados estrategicamente, e as ações de trade marketing executadas com precisão, tanto no PDV quanto nos canais digitais. Tudo isso com monitoramento proativo e acesso em tempo real para todos os envolvidos.

Com JBPHub, a gestão do JBPs deixa de ser complexa e se torna uma vantagem competitiva real para indústria e varejo.

Experiencie o poder da JBPHub e transforme o processo de JBP do seu negócio

Veja como **JBPHub** redefine a gestão de JBP e Trade Marketing para empresas de ponta, seja no Varejo ou na Indústria.

Conheça a Midfy ›



JBPHub by midfy

Varejo

Mais crescimento e melhores margens, com acordos de JBP bem planejados e executados, tornando a operação de Trade Marketing mais estratégica e automatizada.



Indústria

Governança e ganho de escala nos JBPs e nos investimentos em Trade Marketing, com acompanhamento proativo dos indicadores-chave e das execuções das ações planejadas.



Como resolvemos os principais desafios da Gestão do JBP

	JBPHub	Tradicional
Centralização e governança	Plataforma única e centralizada para gestão de JBP, garantindo que as informações estejam acessíveis e organizadas.	Planos gerenciados por e-mails, planilhas e ferramentas não conectadas, tornando a execução desorganizada e sujeita a erros.
Definição de metas e acompanhamento	Dashboards com indicadores atualizados, permitindo que metas sejam acompanhadas de forma transparente.	Falta de clareza sobre os objetivos e KPIs, dificultando a medição do sucesso do JBP.
Alinhamento de execução entre as partes	Ferramentas colaborativas que garantem o alinhamento entre as equipes, melhorando a execução do plano de ações.	Falta de comunicação e integração entre os times da indústria e do varejo, gerando falhas na execução.
Visibilidade e monitoramento contínuo	Monitoramento contínuo da execução e ajustes rápidos, com time de especialistas dedicados.	Sem um acompanhamento estruturado, muitas iniciativas do JBP acabam sendo esquecidas ou mal executadas.

Fale conosco no WhatsApp

Solicite uma demonstração personalizada!

Inicie uma conversa agora mesmo >



Case de Sucesso: Rede Cooper

Eficiência, governança e JBPs estratégicos com a implementação da JBPHub!

COOPER
A nossa Cooperativa

A Rede Cooper, uma das principais cooperativas do varejo alimentar em Santa Catarina, **consolidou sua área de Trade Marketing** com o apoio da plataforma JBPHub by Midfy e iniciou um novo ciclo de parcerias com a indústria, agora com foco na estruturação de JBPs estratégicos.

Com a implementação da plataforma, a Cooper passou a contar com fluxos automáticos, dashboards em tempo real e rotinas organizadas que conectam marketing, logística, agências e fornecedores em um processo mais ágil, confiável e mensurável.

> "Ganhamos muito em agilidade e produtividade. As tarefas fluem automaticamente entre marketing, logística, agência e fornecedores. Isso nos permitiu estabelecer prazos, organizar rotinas e dar mais visibilidade para todas as pontas envolvidas.
>
> **Rodrigo Schiavetto | Rede Cooper**

Essa transformação posicionou o **Trade como elo estratégico** dentro da operação, ampliando a governança, melhorando a comunicação com fornecedores e criando uma base sólida para negociações mais estruturadas com foco em resultados. Agora a rede se prepara para aprofundar sua jornada em **planejamento conjunto com a indústria**, com foco em **ampliar a receita e comprovar resultados** em tempo real.

Acesse o case completo

Leia o conteúdo no portal da SA+ Trade

Clique para acessar ›