



Inovações para o varejo

NRF 2021

38º Dossiê

Lab de Tendências - Casa Firjan

Parceria: Binder

16/03/2021

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.



Inovações para o Varejo NRF 2021

A partir das discussões sobre “Decifrando a NRF 2021: Negócios transformados para uma nova realidade”, fomentadas pelo Aquário Casa Firjan – série de palestras e debates semanais – ocorrido no dia 16/03/2021, vamos analisar as principais tendências que prometem impactar o setor de varejo.



Inovações para o varejo

Sobre o evento

Sobre a NRF

A NRF, a *National Retail Federation*, é o maior evento para o setor de varejo internacional que acontece anualmente na cidade de Nova Iorque. A edição de 2021 aconteceu no formato totalmente digital por conta das medidas de isolamento social.

A programação contou com os grandes nomes, executivos e empresas protagonistas do varejo mundial. O objetivo é debater os principais desafios e oportunidades para o futuro do varejo.

Dados sobre o evento e o setor



110ª edição



160 palestras online



6 dias de palestras



1/3 do PIB Mundial é gerado através das vendas no varejo



O setor é responsável por gerar 1 em cada 4 empregos no mundo



Inovações para o varejo

Novos hábitos de compra

40%



dos brasileiros fizeram sua primeira compra pela internet na pandemia.

48%



dos consumidores descobriram novas marcas durante o isolamento social.

1/3



dos consumidores afirmam que trocam de marca após uma única experiência ruim.

84%



passaram experimentar novas experiências de consumo.

41%



dizem que não querem voltar a fazer compras como antes.

59%



dizem que respostas rápidas são parte mais importante da experiência.

“Quando olharmos para trás, vamos lembrar 2020 como o momento em que a venda online deixou de ser futuro e se tornou presente.”

Jason Del Rey | Jornalista Correspondente no Recode by Vox



Inovações para o varejo

Vetores de mudança



Seja ético

Marcas adotando posicionamentos fazendo o propósito virar realidade



Seja constante

Marcas frequentes na vida das pessoas através da economia do acesso



Esteja em todo lugar

Marcas ocupando novos espaços, seja no digital ou físico.



Esteja à frente

Marcas desbravando novos territórios e se lançando em novas experiências



Inovações para o varejo

Tendências para o setor

Seja ético



No contexto atual, as desigualdades sociais foram evidenciadas pela crise sanitária. Portanto as marcas estão empenhadas em comunicar seu posicionamento de acordo com valores éticos e morais. Os consumidores estão escolhendo empresas que se preocupam cada vez mais com as questões ambientais e sociais.

1

Propósito deve virar ação

2

Diversidade

3

Sustentabilidade no DNA



Inovações para o varejo

Cases relevantes

01

Propósito deve virar ação

A Lowe's, rede varejista de materiais de construção dos EUA, decidiu apoiar pequenas empresas que enfrentaram dificuldades durante a pandemia. A empresa promoveu doações, ações de mentoria, e iniciativas de fomento, por meio do [Lowe's shark thank](#).

02

Diversidade

A Unilever se comprometeu a [remover a palavra "normal"](#) das campanhas publicitárias e das embalagens em todo o mundo. Algumas consumidoras se sentiam excluídas e o uso da palavra em embalagens surtia um efeito negativo sobre elas. Pensando nisso, o conglomerado tem se empenhado em promover a diversidade e o bem-estar.

03

Sustentabilidade no DNA

A Samsung anunciou que está revendo sua política de embalagens, na tentativa de reduzir o impacto ambiental. Os produtos ganharam embalagens ecológicas que podem ser reaproveitadas de forma criativa. Para isso, a marca tem investido em campanhas sugerindo seu uso como porta-revistas, casa para pets, prateleiras e suporte para controle remoto.



Inovações para o varejo

Tendências para o setor

Seja constante



O modelo de negócios por assinatura não é algo recente, mas as novas tecnologias estão promovendo o desenvolvimento desse formato para diversos setores. O crescimento das empresas que adotam esse tipo de estratégia foi significativamente maior se comprado ao modelo de negócios tradicional. Com isso, as empresas conseguem manter maior estabilidade financeira a longo prazo.

1

Subscrição para recorrência

2

A economia do acesso ganha espaço



Inovações para o varejo

Cases relevantes

01

Subscrição para recorrência

A [Hello fresh](#) é atualmente um dos maiores negócios no setor de alimentos dos EUA. A empresa oferece um serviço que combina o delivery de alimentos frescos com receitas pré-selecionadas pelos usuários. Durante a pandemia ganhou destaque por conectar um serviço de entregas alimentício com receitas personalizadas.

02

A economia do acesso ganha espaço

O formato por assinatura de jogos, oferecido pelo [Xbox da Microsoft](#), é uma das grandes apostas do mercado de games. O modelo de negócios consiste em uma plataforma onde o usuário contrata um serviço de assinatura com mais diversos jogos disponíveis.



Inovações para o varejo

Tendências para o setor

Esteja em todo lugar



Há uma tendência que aponta para um comportamento relacionado a presença das marcas em todos os espaços. Antes, os clientes buscavam os produtos ou serviços, hoje, seus produtos e serviços precisam ir até o consumidor. Apesar das medidas de segurança sanitária, as marcas ainda percebem a necessidade de manter o espaço físico no varejo. A onipresença das marcas e a integração entre o físico e o digital serão fundamentais para o sucesso das empresas no contexto atual.

1

A reinvenção da loja física

2

Live Commerce

3

Hiperlocalismo



Inovações para o varejo

Cases relevantes

01

A reinvenção
da loja física

A parceria da [Fast Shop](#) Brasil com a Uber foi um dos destaques da NRF em 2021. Através dessa nova estratégia de venda, o cliente pode ir até uma das lojas, ver uma demonstração do produto, escanear o preço, fazer a compra pelo celular e ir para casa, onde o item será entregue em até duas horas por um carro da Uber.

02

Live Commerce

A Gucci lançou um novo modelo de vendas semelhante ao conceito adotado pelo setor de alimentos e bebidas, conhecido como *Dark Kitchen*, ou seja, restaurantes que existem apenas para delivery. No modelo [Dark Store](#), as novas lojas são equipadas com câmeras e tecnologias de alta qualidade para transmitir as vendas por live streaming.

03

Hiperlocalismo

Atualmente, grande parte das pessoas afirma que prefere comprar em comércio local e ajudar negócios da região. A [PicNic](#) é uma feira móvel que utiliza inteligência de dados para fazer a entrega de produtos orgânicos frescos, estimulando o comércio local.



Inovações para o varejo

Dados sobre o Live Commerce

120 bilhões 

de produtos vendidos no mundo através do live commerce, em 2020. A expectativa é que o número seja multiplicado nos próximos anos.

11%



das vendas por e-commerce foram realizadas através do live commerce.

500 milhões 

de usuários ativos diários em live streaming na China.



Inovações para o varejo

O novo papel das lojas físicas



Comunidade

é cada vez mais importante para uma marca que ela construa uma comunidade sólida, e nada melhor que as lojas físicas para isso.



Branding

as lojas físicas têm demonstrado ser uma das melhores estratégias de branding das marcas com possibilidade de gerar entretenimento.



Parcerias

espaço para criação de parcerias que possam alavancar fluxo e conversão.



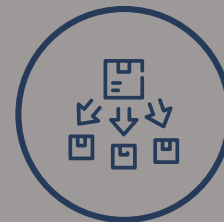
Atendimento humano

a presença de uma loja física em uma comunidade gera confiança e conexão com os clientes.



Gerar mais vendas online

a loja física possui a capacidade de gerar de 38% a 92% mais tráfego para o e-commerce.



Centros de distribuição

o *omnichannel* ganhou força ao utilizar a capilaridade das lojas para aumentar a oferta de produtos do e-commerce e conseguir uma entrega mais rápida.



Inovações para o varejo

Tendências para o setor

Esteja à frente



Nesse cenário de grandes incertezas, muitas empresas tiveram de se reinventar. Pensando nisso, algumas marcas estão se lançando em novos projetos ampliando sua atuação no mercado através de produtos e serviços inovadores. É preciso estar atento às oportunidades em outros segmentos do mercado.

1

Desbravando novos territórios

2

A casa como ponto central



Inovações para o varejo

Cases relevantes

01

Desbravando Novos Territórios

A [Lululemon](#) se destacou criando medidas estratégicas para manter e ampliar seu negócio. Para evitar aglomerações, criaram uma lista de espera virtual, ofereceram serviços de consultoria fitness para os clientes e abriram cerca de 106 *pop-up stores* em diversas regiões para coletar informações sobre novos consumidores em potencial.

02

Casa como ponto central

O *home fitness*, se tornou um negócio vantajoso para muitas empresas que oferecem tecnologia para a prática de atividade física dentro de casa. A Lululemon, atenta a essa oportunidade, comprou a [Mirror](#), uma plataforma de tecnologia que desenvolve um espelho inteligente que transmite aulas de ginásticas por streaming.



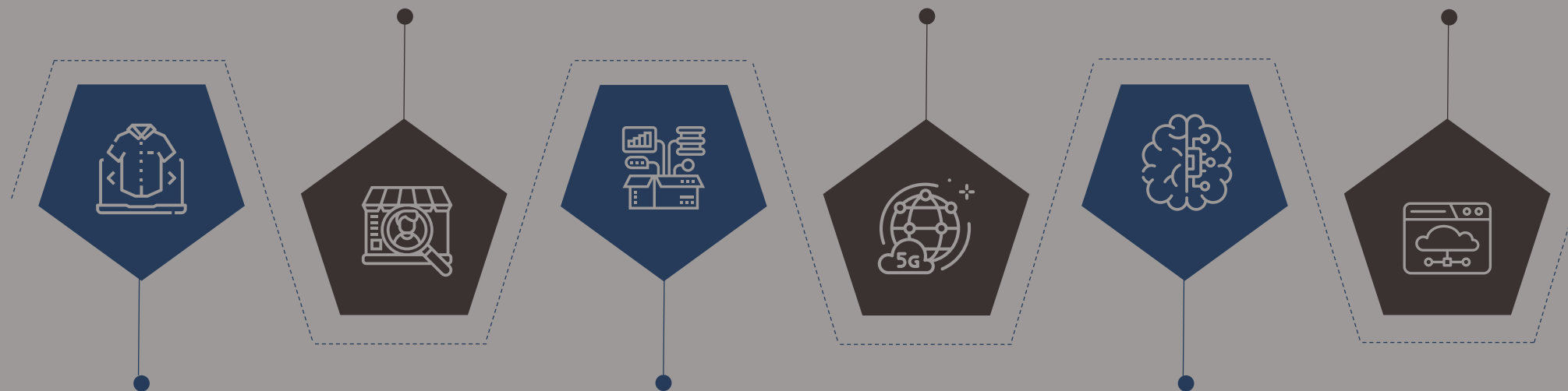
Inovações para o varejo

Temas em destaque

Foco nas pessoas

Internet 5G

Internet das coisas



Integração varejo
físico e digital

Atendimento
personalizado

Inteligência Artificial



Inovações para o varejo

Impactos



Oportunidade: *Novos formatos de entrega*

No contexto atual, o modelo de venda conhecido como BOPIS, *buy on-line, pick up in-store*, ou seja, compre online e retire na loja, têm se tornado uma ferramenta importante para promover a integração entre o varejo físico digital. Nesse formato, o consumidor consegue obter uma comodidade e uma redução de custos em relação a taxa de entrega. O varejista adquire tráfego no ponto de venda físico aumentando seu portfólio no e-commerce.



Desafio: *Omnichannel*

Atualmente, um dos maiores desafios para o varejo é a adoção da abordagem *omnichannel*. A estratégia significa promover a completa integração entre os canais de venda da marca, possibilitando uma experiência mais fluida para o cliente. Ou seja, um atendimento padronizado na interação física ou digital. O desenvolvimento de novas tecnologias facilitam a implementação do *omnichannel*, mas é fundamental colocar o consumidor no centro dos negócios.



Inovações para o varejo

Referência

YouTube – Canal Firjan

[Decifrando a NRF 2021: Negócios transformados para uma nova realidade](#)

Participante:

[Lucas Daibert | Sócio e diretor de planejamento da Binder](#)

Mediação: [Iuri Campos | Líder do Aquário Casa Firjan](#)

Parceria: [Binder](#)



Inovações para o varejo

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

Livros:

Não lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade | Marc Augé

Sites:

[NRF Brasil](#)

[Binder](#)

Instagram:

@brasilvarejo

@binder

@lucasdaibert



Inovações para o varejo

Quer saber mais?

Conteúdo Complementar:

Áquario Casa Firjan – 3h05 min:

[Mídias sociais 2020: como surfar na onda dos novos formatos digitais](#)

[COVID-19: Dos dados aos resultados - como criar as melhores estratégias de marketing digital](#)

Artigo – 6 min

[Livecommerce: um formato para ficar de olho no Brasil](#)

Podcast – 7 min:

[Inovação Aberta Ep.023 – A era do live commerce chegou. Mas ela já não tinha chegado?](#)

