

É BOM SABER

Setembro/ 2018

O MUNDO VAREJISTA DO FUTURO JÁ É O PRESENTE

Enquanto os varejistas analisam o comportamento dos shoppers, estes já mudaram drasticamente e varejistas precisam reagir e entender essas mudanças. A tecnologia permitiu que as experiências de compra se tornassem mais repletas de informações, de variedade de produtos e serviços em um ambiente onde o consumidor pudesse compartilhar essas experiências com maior velocidade. Tal fato resultou em um consumidor mais consciente e exigente, criando novas expectativas e um novo mundo do varejo.

Segundo relatório de tendências para o varejo da KPMG, muitos varejistas que não atendem às demandas dos clientes, simplesmente não estão mais no jogo. Este novo ambiente desafiador irá demandar mudanças não familiares sobre as empresas e a forma como se desenvolvem, comercializam, vendem e entregam produtos ou serviços.

O MUNDO VAREJISTA DO FUTURO JÁ É O PRESENTE

As previsões sobre as quais falamos há anos agora tornaram-se expectativas de clientes, mudaram drasticamente o caminho para a compra. De acordo com a Forrester, estamos há cinco anos na Era do Cliente, na qual estes recém capacitados colocam expectativas elevadas em cada interação que têm com as marcas.

Como cases de sucesso, destacam-se Amazon e a Target:

AMAZON – Dados Kantar estimam que 45% dos lares norte-americanos estão dispostos a pagar as taxas de afiliação da Amazon em troca da promessa de envio gratuito de 2 dias para itens elegíveis, apesar de taxa anual de 99 dólares, tempo de entrega há um tempo atrás era de 1 semana. A Amazon adaptou-se a essa nova necessidade e a adesão ao Prime cresceu na mesma medida. No Reino Unido, os membros Prime podem receber em até um dia em itens selecionados.

O MUNDO VAREJISTA DO FUTURO JÁ É O PRESENTE

TARGET – Frente ao cenário competitivo da Amazon e outros varejistas norte-americanos, como Walmart. Target passa a oferecer também entregas com até um dia de prazo. A oferta é uma nova maneira de a empresa competir com outros sites de compra online como a Amazon, a qual domina 38% de compras online nos EUA, e cujos clientes exigem mais velocidade, maior conveniência e preço mais baixo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

KPMG RETAIL TRENDS, 2018

TREND 4: THE RETAIL WORLD WE WERE PROMISED IS NOW HERE



IBEVAR

Instituto Brasileiro de
Executivos de Varejo
e Mercado de Consumo

*** Venha ser um associado IBEVAR**

e tenha acesso aos relatórios completos das pesquisas.

Entre em contato:



Contato@ibevar.org.br



3894-5022