

AmPm Office: conveniência que acompanha a mobilidade dos brasileiros

4º PRÊMIO IBEVAR-FIA DE INOVAÇÃO NO VAREJO



IBEVAR

Instituto Brasileiro de
Executivos de Varejo
e Mercado de Consumo



AmPm Office



Responsáveis pelo caso:

- Renato Stefanoni – Presidente
- Rodrigo Reis – Diretor de Expansão e Novos Negócios
- Diego Marioto – Gerente de Engenharia e Manutenção
- Leticia Parra – Coordenadora de Arquitetura
- Lyvia Martins – Analista de Engenharia



IBEVAR

Instituto Brasileiro de
Executivos de Varejo
e Mercado de Consumo

4º PRÊMIO IBEVAR-FIA DE INOVAÇÃO NO VAREJO



AmPm Office

Resumo:



A AmPm é uma marca consolidada e conhecida no segmento e a maior rede de lojas de conveniência do Brasil. Com a visão de grande potencial para inovação e crescimento em novos mercados, criou-se um modelo de loja retirando a conveniência do local tradicional, dentro do posto de gasolina, para edifícios corporativos, hospitais e aeroportos. É um modelo de loja que complementa a experiência de compra do cliente e inova ao trazer uma proposta de valor muito forte, sendo 100% adaptável às necessidades do ambiente em que for inserido. Atualmente são cinco lojas nesse modelo em São Paulo e uma em fase de implantação.



IBEVAR

Instituto Brasileiro de
Executivos de Varejo
e Mercado de Consumo

4º PRÊMIO IBEVAR-FIA DE INOVAÇÃO NO VAREJO



AmPm Office



Palavras-chave:

Conveniência

Proposta de valor

Inovação

Edifícios corporativos

Mix de produtos



IBEVAR

Instituto Brasileiro de
Executivos de Varejo
e Mercado de Consumo

4º PRÊMIO IBEVAR-FIA DE INOVAÇÃO NO VAREJO



AmPm Office



Antecedentes

A pandemia trouxe para nosso negócio, assim como para boa parte do varejo, a aceleração da digitalização da AmPm. Conseguimos nos adaptar rapidamente para levar a AmPm aos clientes dentro da nossa proposta de conveniência, aproveitando nossa capilaridade como diferencial competitivo. Esse período trouxe importantes aprendizados e insights que nos levaram à construção de um plano futuro para atender o cliente de forma completa em suas jornadas física e digital, tanto para mix de produtos, quanto para tendências de consumo, marcas, precificação, ofertas e experiências.

Acompanhando a evolução da marca Ipiranga em 2023, AmPm renovou sua proposta de valor e seu papel de conveniência dentro do mercado: lojas mais qualificadas, distribuição diferenciada e parcerias exclusivas, que contribuem para gerar mais rentabilidade para o franqueado e uma experiência individualizada para o cliente. É com este foco que a AmPm, uma marca confiável e reconhecida no mercado, está se preparando para o futuro do varejo.

AmPm Office



Descrição do projeto

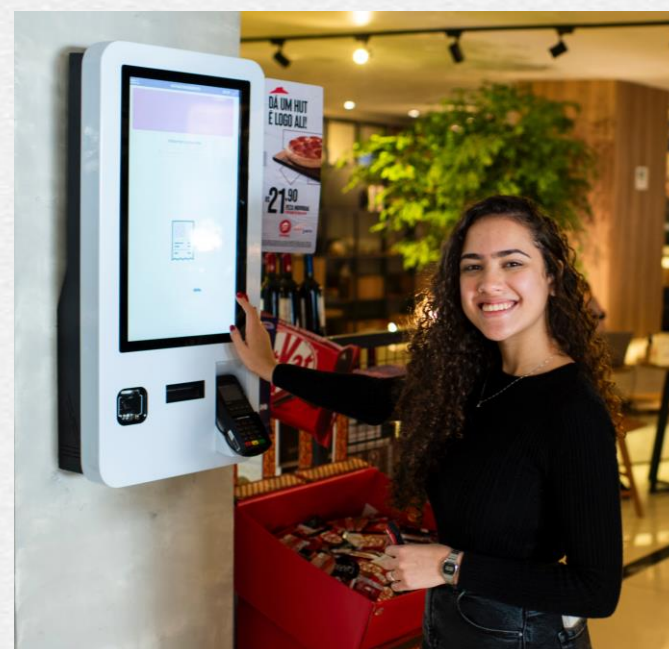
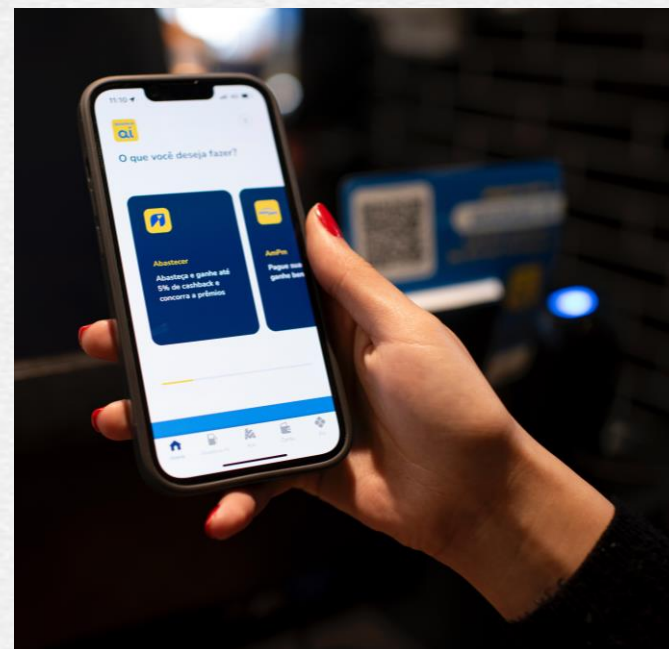
O objetivo do projeto de AmPm Office foi expandir as lojas de conveniência para outros locais fora do posto de gasolina, desconstruindo a imagem de que são produtos de alto custo e baixa qualidade. Além disso, proporcionar um local de experiência para o cliente focado no cardápio de refeições frescas e não mais uma conveniência tradicional com snacks e produtos industrializados.



Considerando o cenário no final de 2022, onde muitos comércios e prestadores de serviços básicos fecharam, percebeu-se a oportunidade da abertura de locais de alimentação que oferecessem uma grande variedade de produtos com um preço justo. Dessa forma, a AmPm firmou parcerias estratégicas com grandes marcas (Starbucks, Pizza Hut, Mr Cheney, Nathans e Oakberry) para oferecer 5 franquias em 1, proporcionando maior variedade e comodidade aos clientes. Esse movimento visou principalmente prédios corporativos, que buscavam atrativos para incentivar o retorno ao trabalho presencial de seus colaboradores.

AmPm Office

Para complementar, pesquisas técnicas sobre cardápio e mix de produtos aderentes ao público de prédios corporativos e hospitais nortearam a seleção do que faria parte desse novo modelo. Desde 2022, a AmPm passou a contar com lojas mais contemporâneas, eficientes e um novo mix, que inclui o conceito de alimentação completa, com padaria, adega, minimercado, e mais de 80 produtos entre sanduíches, salgados, pães, bolos e doces.



A AmPm vem se destacando, cada vez mais, como uma loja em sintonia com as atuais necessidades dos consumidores, oferecendo uma jornada de compra mais atrativa e inovadora.

Na área tecnológica, os totens de autoatendimento proporcionam autonomia e eficiência operacional. Junto com os aplicativos da AmPm e KMV, eles trazem agilidade e complementam a jornada de compra do cliente, oferecendo um programa de benefícios e cashback para cada compra realizada na loja.

Com esses avanços tecnológicos, os clientes têm controle total ao selecionar os produtos de sua preferência, redefinindo a interação com nosso sistema.

IBEVAR

AmPm Office



A flexibilidade da identidade visual da loja para ser mais aderente ao local de implantação foi uma das vantagens do projeto fazendo com que ela seja adaptável a espaços e diversos ambientes. Todo o cardápio foi revisado, visando adaptá-lo ao perfil do público da loja onde é inserida.

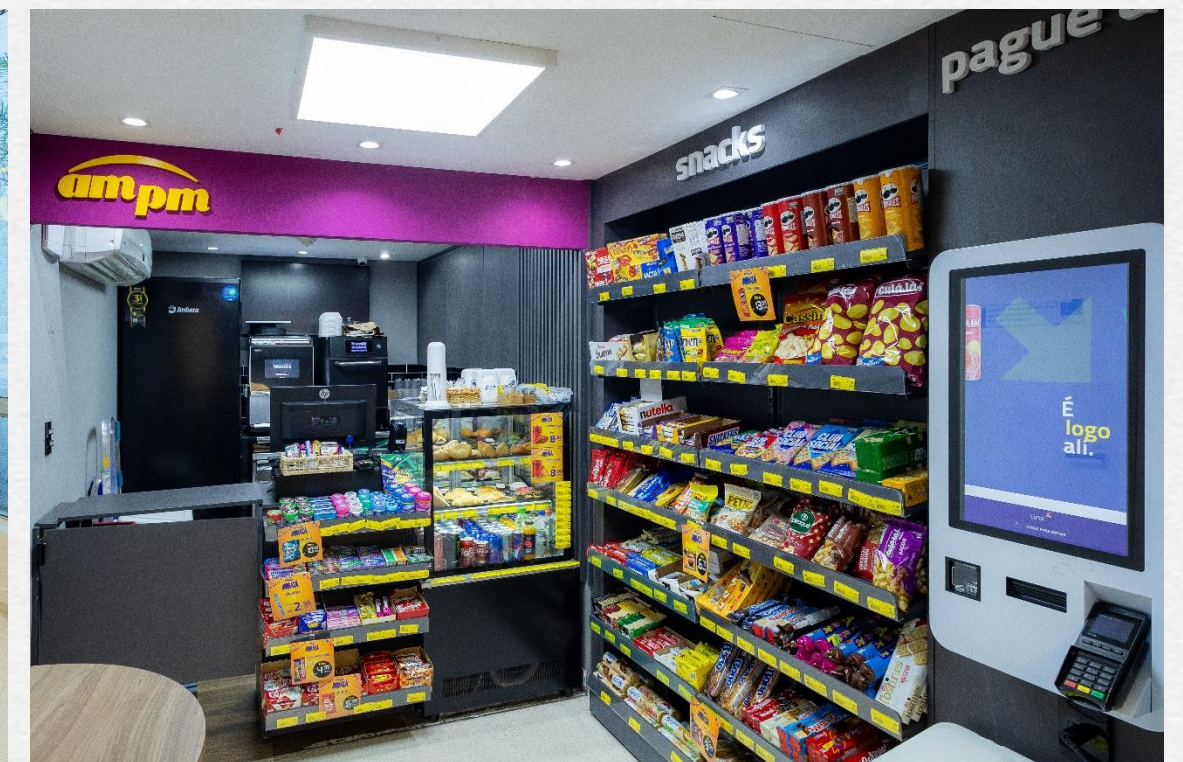
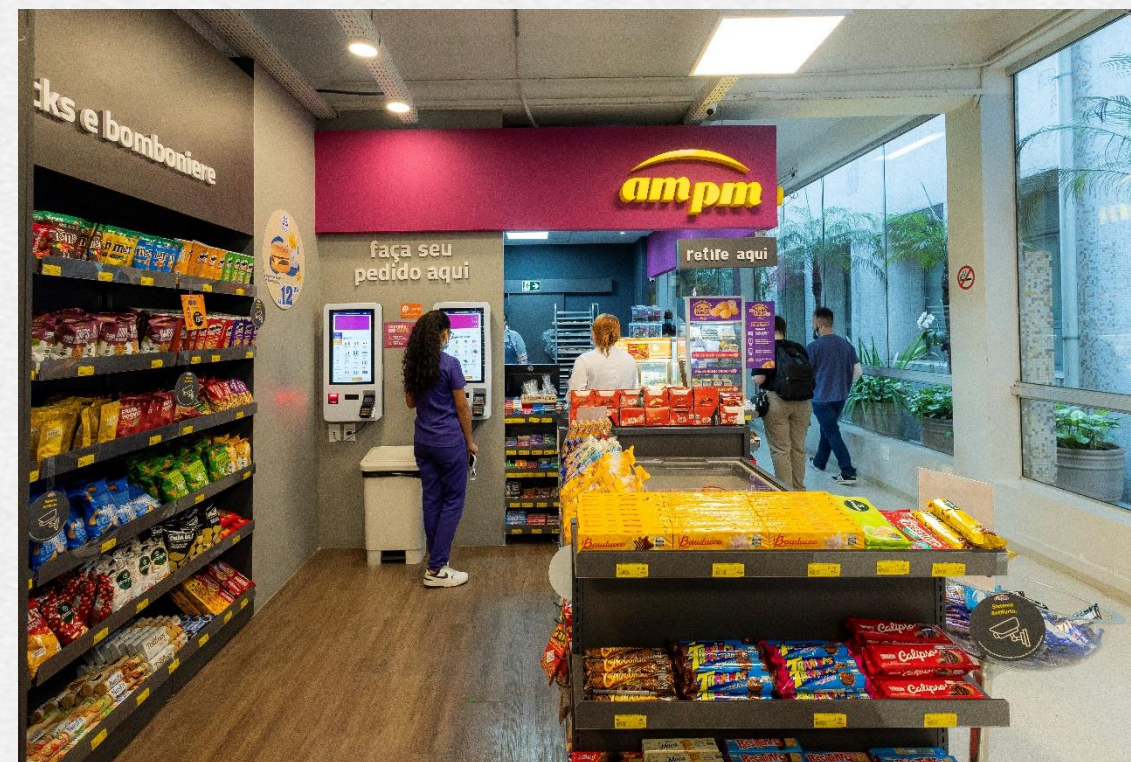
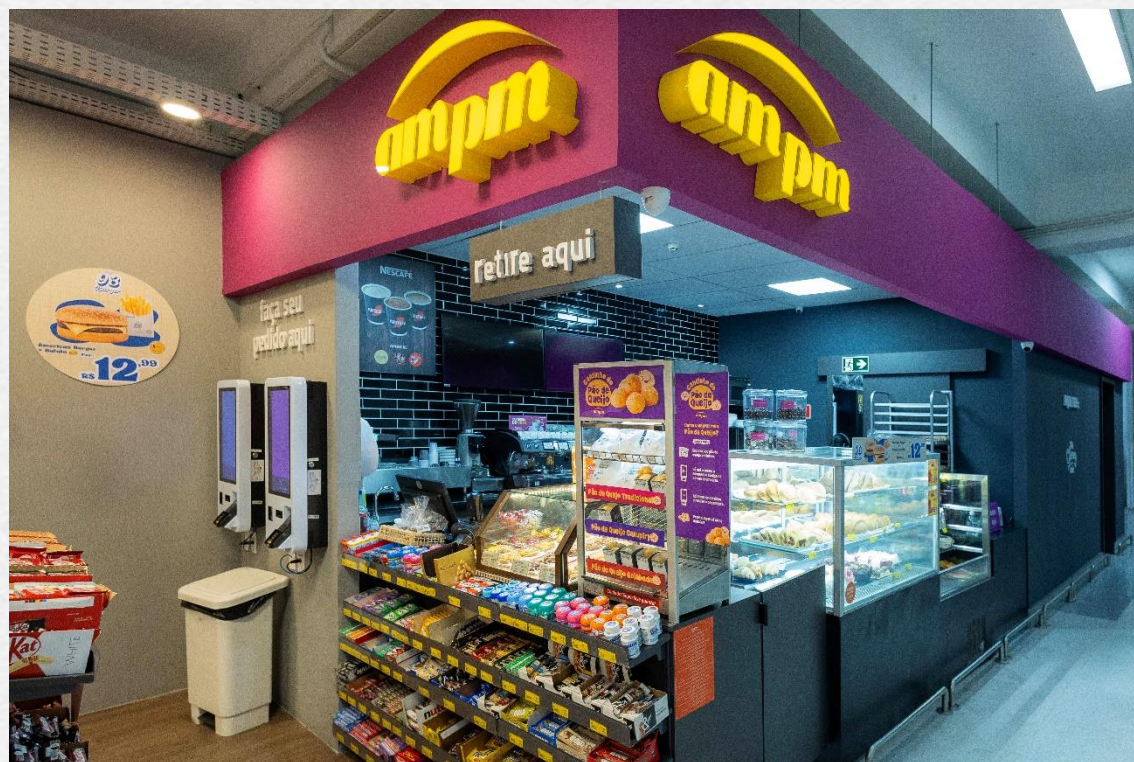
A primeira loja a ser implantada como piloto foi na sede do Grupo Ultra em São Paulo (SP). A concepção foi feita no segundo semestre de 2022 e a obra foi finalizada em janeiro de 2023. O primeiro ano de operação da loja foi um sucesso: os funcionários utilizam o espaço da loja para reuniões, cafés, almoços e como um espaço de desconpressão, com um ótimo nível de satisfação e dobrando os resultados da loja.

AmPm Office



Após a validação da eficiência e qualidade do modelo de loja, foi inaugurada a segunda unidade em agosto de 2023 nas dependências do escritório corporativo da Raia Drogasil, que também apresenta ótimos resultados.

Hoje, temos 5 lojas inauguradas e 1 em implantação, incluindo o Hospital Beneficência Portuguesa (SP), Aeroporto Santos Dummond (RJ) e Edifício Birmann 21 (SP).



AmPm Office



Resultados do caso

Após um ano da implantação do projeto piloto na sede do Grupo Ultra, registrou-se um aumento de 100% de faturamento da loja, comprovando a eficiência do modelo e a qualidade dos novos produtos.

O projeto teve um impacto positivo em todos os colaboradores do edifício, onde é possível observar pessoas se reunindo, realizando reuniões e confraternizando no espaço da loja durante todo o horário comercial.

AmPm Office



Extensões decorrentes do caso

A AmPm tem planos ambiciosos de expansão para 2024, com o objetivo de abrir 20 novas lojas em locais estratégicos de alto fluxo, como grandes empresas, edifícios corporativos, aeroportos e hospitais.

Parte dessa meta já foi atingida, com a inauguração de três lojas no Hospital Beneficência Portuguesa e uma loja em fase final de obra no Birmann 21 (SP).

AmPm Office



Conclusões

- A AmPm passou a expandir suas lojas de conveniência para além dos postos de gasolina, visando locais de alto fluxo como grandes empresas, edifícios corporativos, aeroportos e hospitais.
- O plano de expansão para 2024 prevê a abertura de 20 novas lojas, oferecendo uma ampla variedade de produtos, incluindo refeições frescas, itens de padaria, adega e minimercado.
- Com parcerias estratégicas com marcas renomadas como Starbucks, Pizza Hut, Mr Cheney, Nathans e Oakberry, a AmPm busca agregar valor e atrair mais consumidores.
- A inovação tecnológica, com totens de autoatendimento e um aplicativo de benefícios e cashback, faz parte da estratégia para proporcionar maior agilidade e conveniência.
- O sucesso das primeiras unidades implantadas, como a loja piloto na sede do Grupo Ultra em São Paulo e a unidade no escritório corporativo da Raia Drogasil, valida a eficiência e a qualidade do modelo de loja, incentivando a expansão para novos espaços.