

DIVULGAÇÃO LOJAS RENNER



Fábio Faccio,
diretor-presidente da
Lojas Renner

OPINIÃO

PARA ENCANTAR, É PRECISO INOVAR

O ambiente de negócios em todos os setores da economia, sobretudo no varejo, passa por uma acelerada transformação que impõe desafios inéditos para as empresas, tanto para novos empreendimentos quanto para companhias consolidadas como a Lojas Renner. Neste cenário de mudanças profundas no comportamento dos consumidores em um mundo cada vez mais conectado e digitalizado, é essencial ter a capacidade de inovar permanentemente e, ao mesmo tempo, de construir uma proposta de valor consistente e duradoura.

Uma boa estratégia sempre começa pela definição de um propósito concreto e forte, além de respostas a importantes perguntas, como: Quem é seu cliente? Para que sua empresa existe? Que problema ela pretende solucionar? O que ela fará para isso e de que forma? Quem são as pessoas que estarão no seu time? Se o empreendedor ou o executivo não tiver clareza para responder a essas questões básicas, seu negócio deixa de fazer sentido e dificilmente será capaz de alcançar sustentabilidade em um horizonte de longo prazo.

Só que o desafio não termina por aí. O mundo está sempre em evolução, e as empresas devem se reinventar constantemente, sem perder o foco na sua proposta de valor e na sua essência, buscando encantar os seus clientes. Para isso, precisam de espírito inovador, tecnologia e talento para identificar, analisar e processar os desejos e as necessidades dos consumidores, a fim de superar suas expectativas.

A Renner e as demais marcas da companhia, Camicado, Youcom, Ashua e Realize, seguem à risca esses princípios e estão construindo sua jornada do ciclo digital rumo ao encantamento 4.0. O objetivo é, através das pessoas, incorporar as mais modernas tecnologias a

todas as etapas do nosso negócio – do desenvolvimento dos produtos à integração dos canais de venda online e offline e à comunicação com o cliente – para tornar a Lojas Renner S.A. ainda mais encantadora, inovadora e sustentável.

Tudo isso é fundamental especialmente para quem atua no nosso segmento, pois a moda é efêmera, cíclica e influenciada pelos novos hábitos de consumo. A inovação é uma aliada, potencializando as habilidades humanas e melhorando os produtos e serviços feitos por pessoas e para pessoas. Deve-se ambicionar ser o melhor. Na Lojas Renner, usamos ferramentas avançadas para oferecer experiências de compra cada vez mais práticas, personalizadas e prazerosas aos nossos clientes.

Processos baseados em big data e inteligência artificial nos ajudam a identificar rapidamente novas tendências e a desenvolver coleções alinhadas com os desejos e as expectativas mais atuais dos consumidores. Permitem ainda prever a demanda por itens específicos em cada loja e, aliados a recursos como a identificação dos produtos por radiofrequência (RFID), garantem a manutenção de estoques adequados em cada ponto de venda.

Nós nos transformamos em uma empresa omnichannel. Nossos clientes podem comprar da forma que eles consideram mais conveniente, seja na loja física, ou por meio do smartphone ou do computador, e receber os produtos onde quiserem. Na área de serviços financeiros, novas funcionalidades também permitem a emissão imediata do cartão de crédito Meu Cartão Agora em todas as nossas lojas físicas.

As inovações facilitam a vida dos consumidores de várias maneiras. Tanto no Brasil como no Uruguai, por exem-

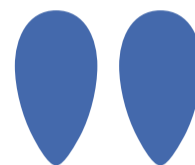
plo, é possível finalizar a compra com o auxílio de um colaborador, sem necessidade de se dirigir aos caixas. Muitas lojas também já contam com terminais de autoatendimento, onde os clientes conseguem pagar e concluir suas compras de modo autônomo, sem o apoio de um atendente.

Mas os fundamentos de uma empresa inovadora e sustentável vão além da tecnologia. É por isso que a Renner trabalha com o conceito de moda responsável e assumiu os compromissos de, até 2021, ter 80% dos seus produtos feitos de forma menos impactante ao meio ambiente, trabalhar apenas com fornecedores com certificação socioambiental, reduzir em 20% as emissões absolutas de dióxido de carbono (CO2) em comparação com 2017 e suprir pelo menos 75% da demanda própria de energia a partir de fontes renováveis de baixa emissão.

Os desafios para encantar clientes, colaboradores, acionistas, parceiros e comunidades em todas as dimensões de qualquer negócio são enormes. Exigem clareza de propósito, foco, determinação e dedicação, mas estão longe de ser intransponíveis. Com as pessoas certas, engajadas com o mesmo objetivo, não existem limites.

Os meios, as informações, os bons e os maus exemplos estão aí para os novos empreendedores que souberem utilizá-los. As tecnologias estão mais baratas e acessíveis a todos, assim como a disponibilidade de capital para projetos promissores, o que permite uma conexão muito mais rápida e direta com os consumidores.

O grande ponto é ter uma proposta consistente, que resolva uma necessidade importante para o seu público. Esse é o princípio de uma jornada empreendedora de impacto positivo e encantamento.



O mundo está sempre em evolução, e as empresas devem se reinventar constantemente, sem perder o foco na sua proposta de valor e na sua essência, buscando encantar os seus clientes.