

MARCAS DE QUEM DECIDE 2021

UM NOVO TEMPO PARA SE REINVENTAR

112 Caderno Especial do Jornal do Comércio MARCAS DE QUEM DECIDE 2021

Comércio

Para o comércio, a Covid-19 eliminou uma das tendências que vinha sendo traçada por especialistas: o interesse do público por viver a experiência dos pontos de venda. Com a recomendação para ficar em casa, diminuiu consideravelmente a circulação de pessoas nas lojas. Do pequeno ao grande empreendedor, o jeito foi apostar nas redes sociais e no e-commerce para continuar vendendo.

Segundo Fabio Faccio, diretor-presidente das Lojas Renner, o processo de transformação digital ocorre na marca desde 2018, mas foi acelerado. Os canais digitais, que vinham registrando bom de-

sempenho mesmo antes da pandemia, ganharam ainda mais relevância em 2020: cresceram 126% e encerraram o ano representando 12,3% das vendas totais.

"Iniciativas originalmente previstas para os próximos anos foram antecipadas e colocadas em prática em tempo recorde. Um exemplo é o atendimento pelo WhatsApp, que permite aos consumidores comprarem digitalmente, mas com a assistência de um colaborador. Outro é a Prateleira Infinita, que disponibiliza aos clientes do e-commerce também o estoque das unidades físicas, aumentando a oferta de produtos. Além disso, houve o crescimento de

muitos serviços que já estavam implementados, como as alternativas de checkout móvel, que representaram mais de 20% das vendas das lojas em 2020", mensura Faccio.

A Renner foi, ainda, a primeira varejista a tomar a decisão de fechar temporariamente todas as lojas físicas em março de 2020, antes dos decretos, conforme o executivo.

"Colocamos as pessoas no centro de nossas decisões, optando pela preservação da saúde e das vidas, com a manutenção de empregos e a reorganização das operações. Paralelamente, reavaliamos os investimentos previstos e adotamos uma série de medidas para

apoiar nossa rede de fornecedores", diz Faccio.

Outro projeto pensado para o virtual foi o Renner Live Shop, que consiste em transmissões ao vivo com reviews e demonstrações de produtos. E, apesar do momento de foco no digital, a marca pretende seguir próxima dos consumidores. "Isso passa por investir nos nossos canais digitais e também na inauguração de novas lojas, inclusive no Rio Grande do Sul", adianta Faccio, em entrevista ao Marcas.

Paulo Kruse, presidente do Sindilojas Porto Alegre, considera que o comércio teve de repensar todo o seu modelo. "A forma de se relacio-

nar com os clientes, de gerir equipes, controlar estoques, vender, entregar, tudo. Somente quem fizer essa avaliação urgente de mudar a mentalidade e colocar em prática novas ações conseguirá sobreviver. Muitos tiveram de entender todas as mudanças necessárias rapidamente, pois foram resistentes até enquanto podiam. Agora, em 2021, não há mais como manter essa postura. O ano seguirá difícil, mas o Sindilojas Porto Alegre permanecerá ao lado dos lojistas, defendendo a abertura das lojas e levando tendências, informações e subsídios para aqueles que desejam evoluir em meio à crise", salienta.

FABIANO PANIZZI/DIVULGAÇÃO/JC



Fabio Faccio, presidente da Renner: "iniciativas previstas para os próximos anos foram antecipadas"

SINDILOJAS/DIVULGAÇÃO/JC



Paulo Kruse, do Sindilojas: "muitos tiveram de entender todas as mudanças necessárias rapidamente"