

Clubes de assinatura não param de crescer

MINUTO VAREJO » Receita cresceu 29% em 2022; RS é o quarto em adesões no Brasil

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Já comprou algum produto ou serviço por um clube de assinatura? O formato de venda digital foi alavancado pela pandemia e está cada vez mais diversificado. A reportagem mapeou três deles, que vendem de calcinhas, vinhos icônicos a detergente e amaciante. Facilidade e conveniência, pro-

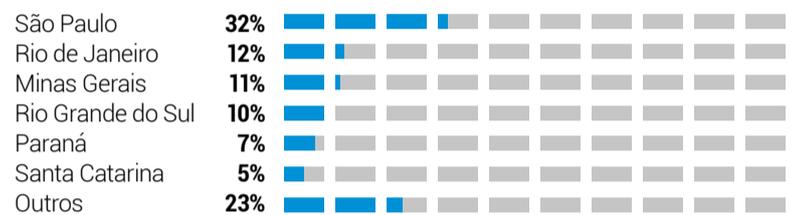
duto exclusivos e preço atrativo são atributos que embalam esta modalidade, lista Fabiano Zortéa, especialista em varejo. O Estado é o quarto em adesões, com 10% dos assinantes, segundo a Betalabs Tecnologia. A receita do setor cresceu 29,3% em 2022, e a Betalabs estima que existem mais de 4 mil clubes no País, mais de 2 mil lançados no ano passado. Livros, bebidas e alimentos lideram a venda.

Em Porto Alegre, a Pitaya surgiu para venda de lingerie, mas mais ainda para atender um público com demandas não resolvidas por coleções tradicionais. “Surgimos para ser uma marca de empoderamento das mulheres, para atender à pluralidade do biotipo feminino”, define o CEO, Álvaro Olmedo. Os modelos primam pelo conforto e peças 100% originais e exclusivas, diz Olmedo. Em 2021, o CEO e a irmã Ivana Rebeschini montaram a operação em uma casa no bairro Rio Branco, na Capital, que até hoje é a base de envio das bags, com calcinhas e sutiãs para diversas regiões do Brasil. No site, a assinante preenche o estilo que gosta. São seis peças enviadas por mês nas bags. Tabela no site traz as medidas com diversidade de tamanhos. “As clientes podem optar por renovação mensal, semestral ou anual”, explica Olmedo. O clube tem 550 assinantes. “Preenchemos uma lacuna cultural da história das mulheres no Brasil”, acredita o CEO.

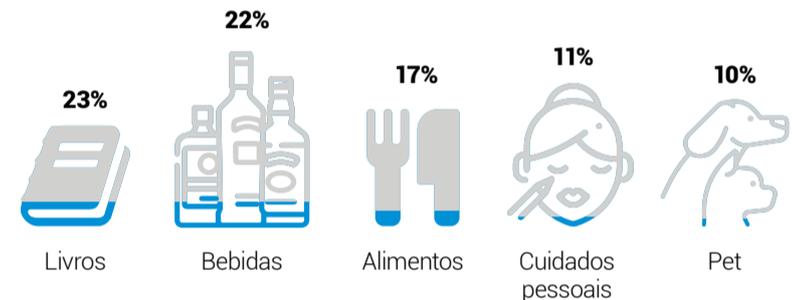
O Lídio Carraro Collection Club foi lançado em 2019 pela vinícola boutique, para que os clientes “apaixonados pela marca” mergulhassem na proposta da marca”, diz a sócia-proprietária Patrícia Carraro. Além de vinhos exclusivos e raros da cave, os assinantes recebem conteúdos, na forma de livros e outros materiais, sobre as bebidas, história e combinações para degustação. São três caixas por ano, com duas a seis garrafas, com valor de R\$ 1,9 mil a R\$ 5,5 mil. Entre as vantagens, estão frete grátis e desconto de até 12% em relação à loja digital. “Assinantes recebem em primeira mão rótulos exclusivos que não vão ao mercado ou

Onde estão os assinantes

FORTE: BETALABS TECNOLOGIA



O que mais vendem



podem ser lançados anos depois”, explica ela. O Collection tem hoje mil assinantes, com limite de até 3 mil. “Depois, para entrar, só se alguém sair”, avisa. A restrição segue a produção, com 30% a 40 de rótulos premium. Patrícia diz que o desafio é “manter o relacionamento mais próximo com o cliente que está distante”. “É diferente de quando ele vem à vinícola.”

A Nelly, indústria química de Caxias do Sul, estreou em abril seu clube de olho em vendas para o consumidor final. As assinaturas vão de kits mensais com três tamanhos de família e preços de R\$ 49,90 a R\$ 96,90. Para atender os pedidos, a capacidade de produção teve aumento de 80% desde 2021. “Estamos apostando na economia da recorrência dos clubes de assinaturas”, ressalta a diretora da Nelly, Fernanda Mascia Fadanelli.

Modalidade gera interesse

O coordenador de Varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, reforça que personalização, economia de tempo e dinheiro, novos produtos, conveniência e fidelidade do cliente atraem mais adeptos entre clientes e varejistas. “A conveniência de entrega pode representar uma economia para o cliente, além da comodidade”, observa. Mas há desafios, adverte Zortéa. O primeiro é o da aquisição de clientes. Logo depois, vem a prova da retenção de consumidores. “É manter os clientes, especialmente se o produto ou serviço não atender às expectativas ou se houver muita concorrência no mercado”, comenta Zortéa.



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Pitaya vende lingerie para empoderar mulheres diversas, avisa Olmedo



VINÍCOLA LIDIO CARRARO/DIVULGAÇÃO/JC

Patrícia diz que os sócios do Collection Club recebem rótulos exclusivos

SERVIÇOS / SOLUÇÕES EM MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO

Gestão em Saúde e Segurança Ocupacional

Todos os exames em um só lugar

LTCAT / Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho

LIP / Laudo de Insalubridade e Periculosidade

PPRA / Programa de Prevenção de Riscos Ambientais

PGR / Programa de Gerenciamento de Riscos

PCMSO / Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional

ATUAÇÃO NACIONAL / UNIDADES: PORTO ALEGRE / BLUMENAU / ESTEIO / CANELA / GASPARGRAMADO / GRAVATAÍ / RIO GRANDE / RECIFE

51.3226.2177 www.ativamedicina.com.br ativamedicina ativa.medicina ativamedicina

