

Omnichannel

Vários canais, uma só experiência



Sobre que vamos falar hoje

Conceito do Omnichannel;

Mercado Omnichannel;

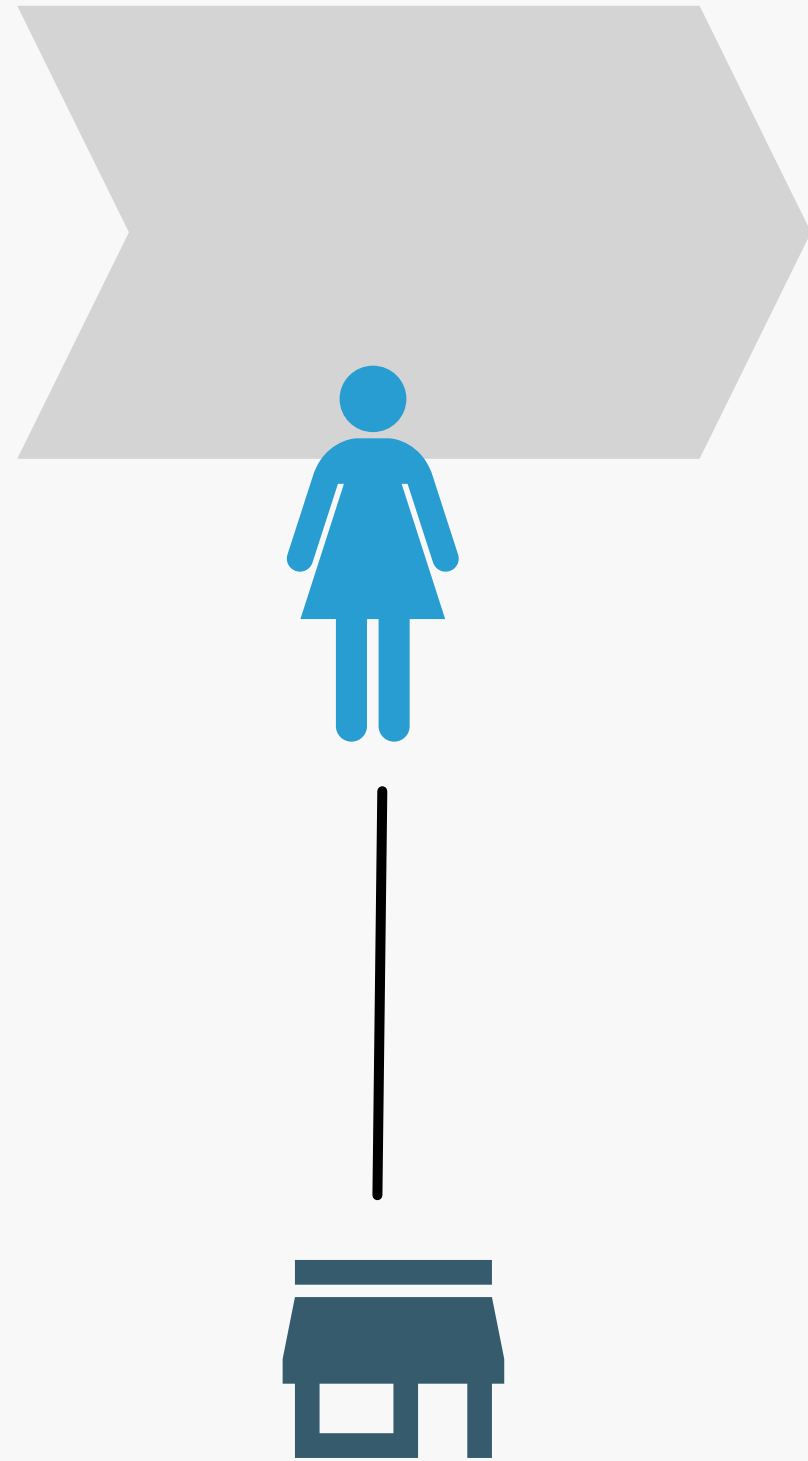
Estudo de caso: Recco Omnichannel;

Recco

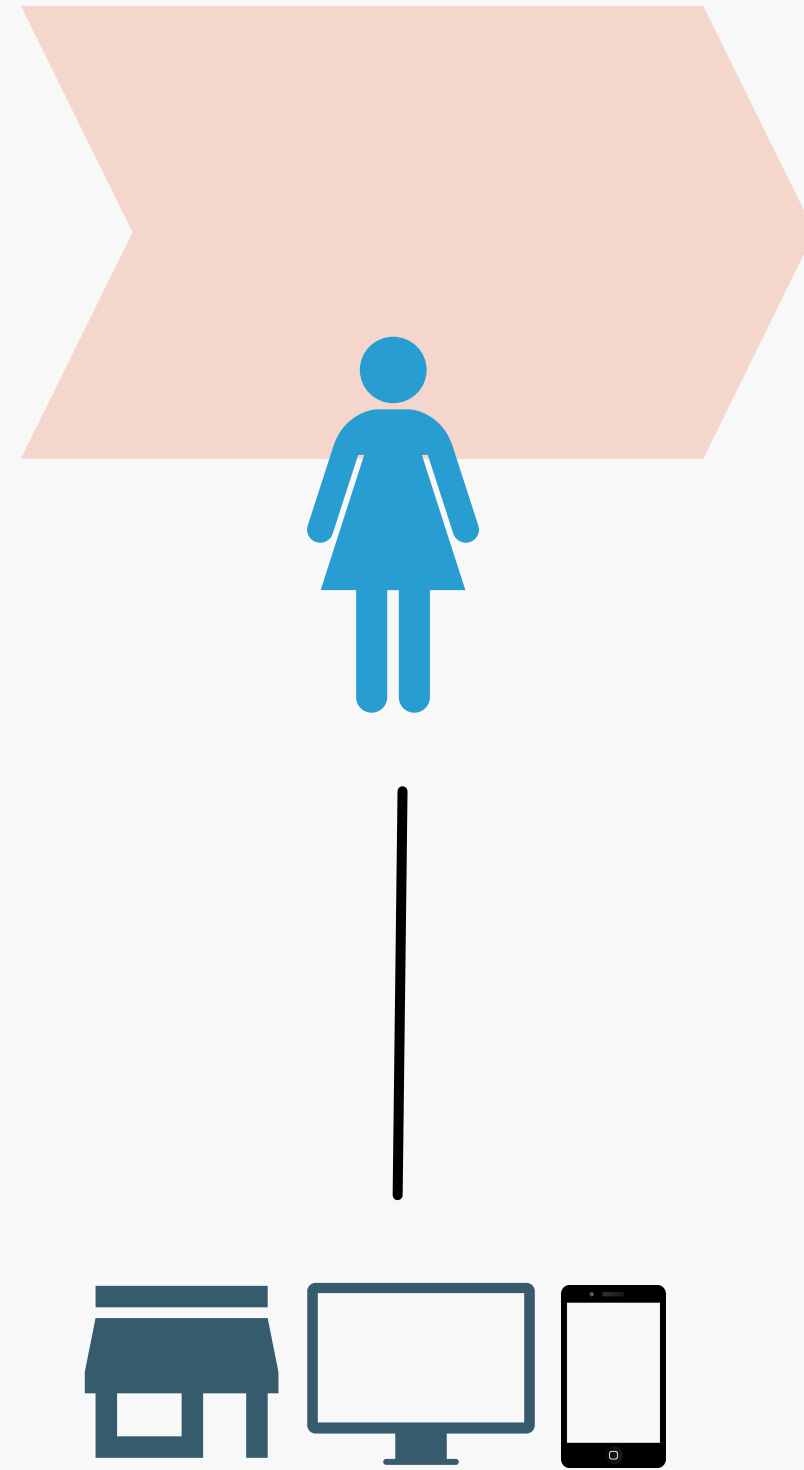
O que é Omnichannel?

Proporcionar a **melhor experiência de compra** aos consumidores. Integrando lojas físicas, redes sociais, e-commerces.

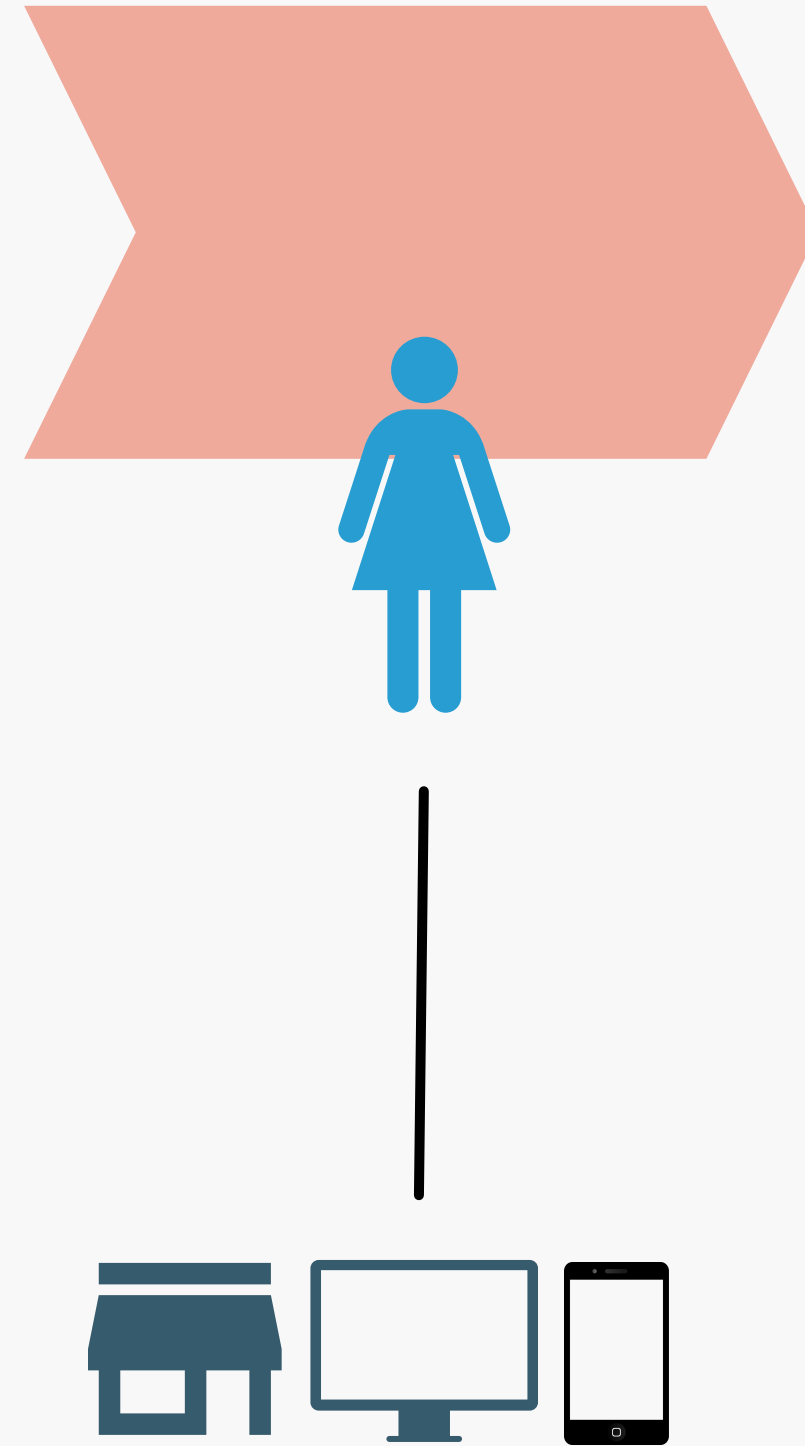
SINGLE-CHANNEL



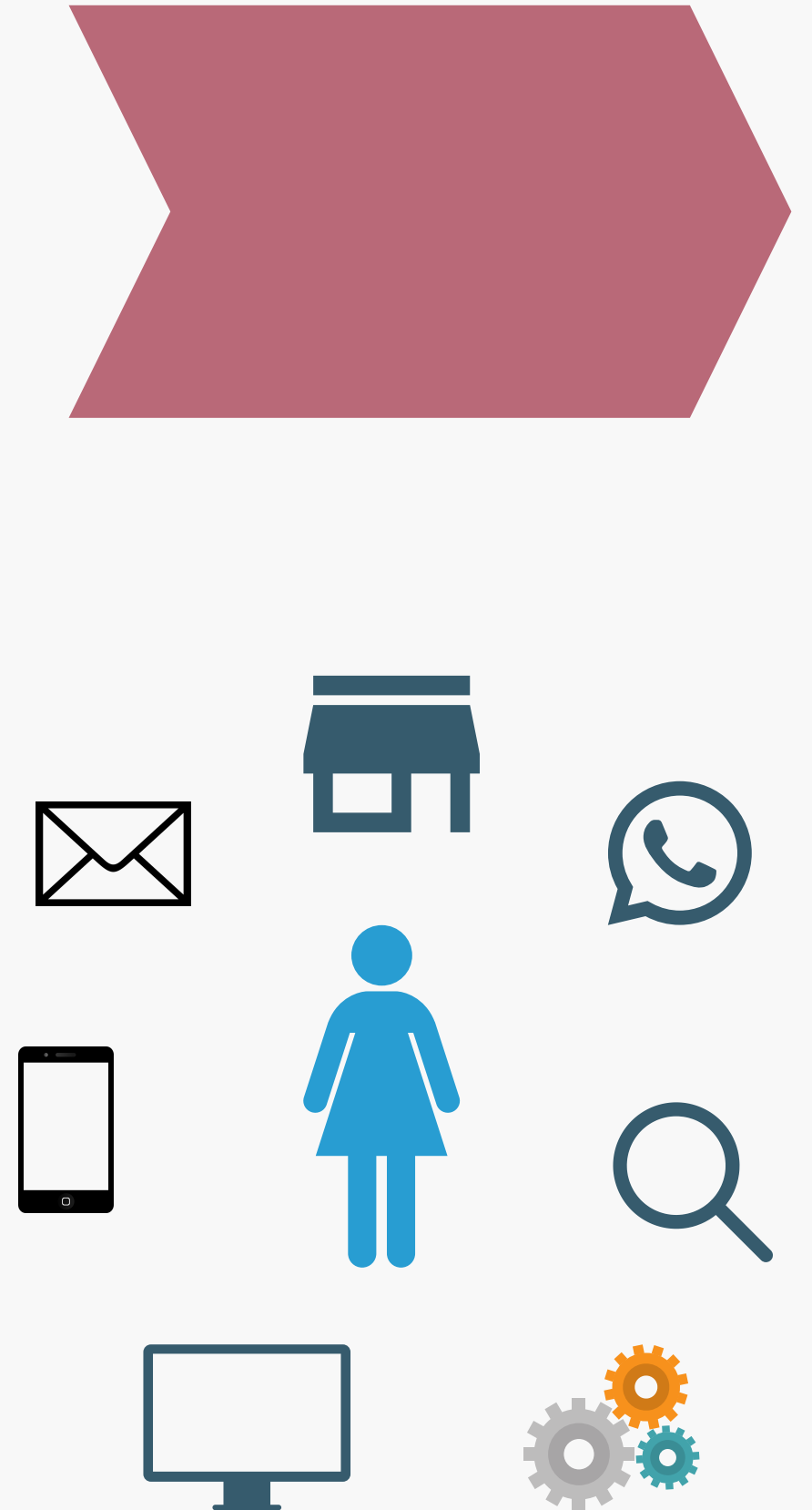
MULTI-CHANNEL



CROSS-CHANNEL



OMNICHANNEL



COVID-19

Antes

- **E-commerce brasileiro faturou R\$ 61,9 bilhões em 2019 - 16,3% Acima**
- **O M-Commerce ganha relevância nos principais Indicadores**
- **O Consumidor já espera encontrar o varejista no mundo digital**
- **A vendas do e-commerce no Brasil representavam menos 7% do Varejo Brasileiro**

Depois

- **Aceleração da transformação digital no pós-pandemia é caminho sem volta**
- **As Vendas do e-commerce aumentaram em 54%, com picos de 61%**
- **Vendas pelo e-commerce quase dobram em setembro, na comparação com 2019**
- **67% dos Consumidores Brasileiros não se importam com o lugar onde compram (online ou offline)**

*Fonte: ecommercebrasil
Fonte: estado de s. paulo*

Com a aceleração do e-commerce, qual o futuro das lojas físicas?

Juan Carlos Gómez, Marcos Aramburu / Novembro de 2021

[Compartilhar](#)



Os varejistas omnichannel sairão na frente

*"As lojas não vão desaparecer, vão se transformar, e o futuro das lojas online está diretamente ligado à **omnicanalidade**"*

Fonte: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/jornada-do-consumidor/pesquisa-futuro-omnicanalidade-brasil/>

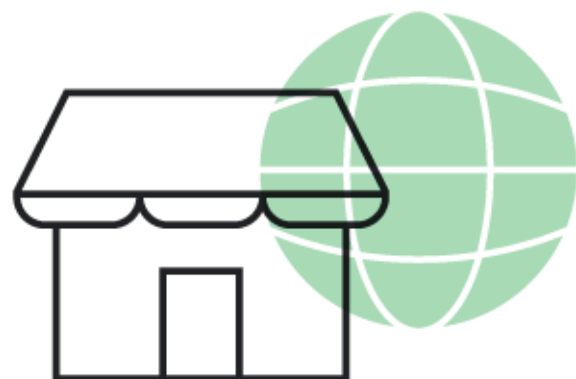


Qual o futuro da omnicanalidade no Brasil?



30%

de crescimento no comércio omnichannel no país até 2025



43%

é a porcentagem que representa o total de vendas omnichannel

Fonte: Google / Euromonitor: “El futuro de retail 2021-2025”, Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Fevereiro - Maio, 2021.

**QUAL O TAMANHO
DO DESAFIO
PARA SER OMNI?**

E-COMMERCE



MARKETPLACES



APP's



LOJAS PRÓPRIAS



FRANQUIAS E LICENCIADAS



CALL CENTERS



WHATSAPP & MÍDIAS SOCIAIS



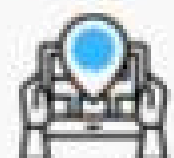
OMS



GESTÃO DE ESTOQUE



GESTÃO DE VENDAS



GESTÃO LOGÍSTICA



GESTÃO DE CATÁLOGO



GESTÃO DE INTEGRAÇÕES



FACILIDADE DE EXPANSÃO



CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO



LOJAS FÍSICAS



INDÚSTRIA



ERPs



TMS



CRM



TRANSPORTADORAS

Prazer, eu sou a Recco

UMA MARCA FEITA POR PESSOAS



Uma marca que abraça sua beleza única e oferece ao seu corpo uma experiência singular de conforto e estilo.

São mais de 40 anos de história fazendo lingerie pensadas para facilitar o cotidiano da mulher moderna, oferecendo liberdade e versatilidade para todos os seus momentos. Cada detalhe planejado para entender e respeitar seu corpo como você merece.

Desde 1979 apostando em novas tecnologias, inovando nos processos e criando uma experiência única e completa para todos os seus momentos.

Tudo feito com carinho pela marca que te entende.

Nosso pilar mais forte é o cuidado

Cuidado com o **outro**, com os **detalhes**,
cuidado com a **verdade** e as **relações**.

Somos uma marca **feita por pessoas** que
querem **cuidar de pessoas**.



Cuidar das pessoas em todas as dimensões.

Como?



Entendendo a mulher em todos seus momentos.

O quê?



Com inovações que valorizam a intimidade.



Mais de 40 anos
de história



Feito à mão
com carinho



Sensualidade
na medida certa



Cuidado
e apoio à mulher

Rendas
exclusivas



Respeito ao corpo
e suas belezas



A marca que entende
seus momentos e

você

**Cada pilar da empresa
se conecta e se fortalece
para garantir esse cuidado**

Antes de mais nada, pensamos no **outro**,
na **experiência**, em como podemos transmitir
o **Jeito Recco de Encantar** em cada etapa
- da **fábrica** até o **cliente**.

Como traduzir esse cuidado na prática?



Feito a mão com carinho

Os pequenos detalhes fazem a diferença! Por isso, nossas rendas são refiladas manualmente para garantir um acabamento perfeito e a maciez ideal para abraçar o corpo.



Cuidado e apoio a mulher

A luta contra o câncer de mama agora é uma de nossas maiores preocupações! A Recco apadrinhou o Hospital do Câncer de Maringá e abraçou a causa para garantir que mulheres tenham o apoio necessário nessa fase tão difícil.



Respeito aos corpos e suas belezas

Cada corpo é único e merece ser respeitado à sua maneira! Por isso, estamos sempre trabalhando com nossas tecnologias para oferecer uma experiência perfeita para todas as mulheres. Lingerie que abraçam cada curva e enaltecem as belezas do corpo: é isso que buscamos.



Tudo pelo cliente

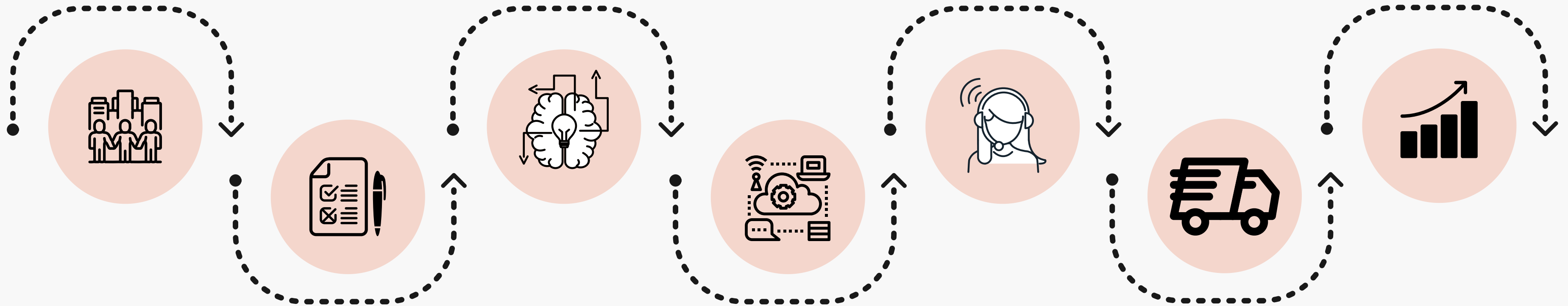
Cada passo que damos é pensando numa experiência completa de conforto e bem-estar para os nossos clientes. Tudo pensado nos mínimos detalhes para garantir uma lingerie que entenda suas fases e necessidades.

A photograph of three women standing together, modeling Recco lingerie. The woman on the left has dark curly hair and is wearing a taupe-colored bra and matching bottoms. The woman in the middle has long dark hair and is wearing a light pink bra and matching bottoms. The woman on the right has blonde hair and is wearing a white bra and matching bottoms. They are all looking towards the camera with neutral expressions. The background is a plain, light-colored wall.

Por isso a **Recco** está
sempre renovando sua
forma de fazer **lingerie!**

RECCO - NOSSOS DESAFIOS

Recco



1 - Cultura OMNI

Envolva todas as lideranças na construção do modelo.

2 - Regras de Negócio

Estabeleça regras de negócio

3 - Virada Omni

Defina uma estratégia para virada OMNI

4 - Parceiros de Tecnologia

Encontre parceiros de tecnologia sólidos.

5 - Atendimento e Níveis de Serviço

Estabeleça os níveis de serviços iniciais.

6 - Logística

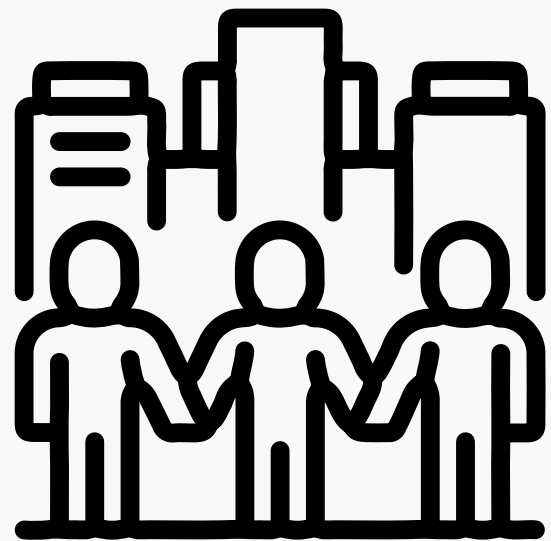
Cumpra com os prazos combinados com seu cliente.

7 - Escalonamento

Faça análises trimestrais dos resultados conquistados,.

Crie uma cultura Omnichannel.

- **Envolva** as lideranças da empresa
- **Faça** uma apresentação para explicar o modelo omnicanal.
- **Engaje** o time operacional na evangelização do modelo Omnichannel na empresa.
- **Aproveite** até os **momentos do café** para falar sobre o Omnichannel



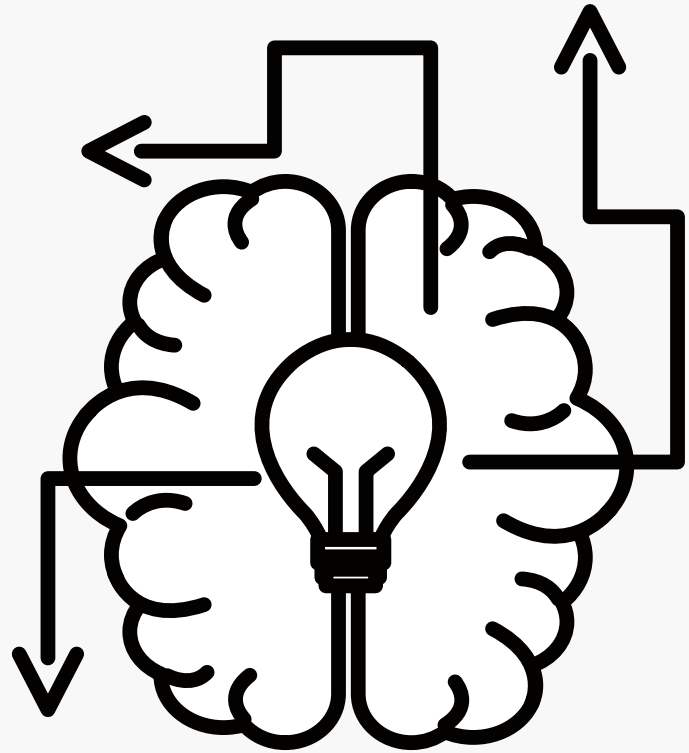
Recco

Defina regras de negócio.



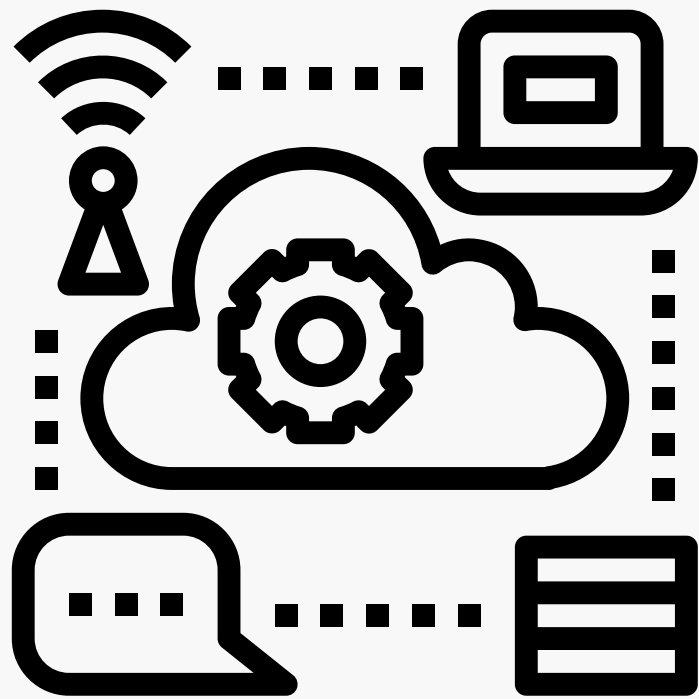
- **Equalize** os preços praticados em **todos os canais de vendas**.
- **Desenvolva** cenários de vendas para cada **nível de serviço** e defina políticas.
- **Estabeleça** como vai funcionar o comissionamento das vendas nas lojas.
- **Defina** o percentual de retenção das franquias e multimarcas.

Estratégia para virada Omni



- **Implante** os níveis de serviços por etapas
- **Faça a virada de lojas** próprias, franquias e multimarcas por etapas.
- **Aplique** um treinamento sólido para os times das lojas físicas.

Encontre fornecedores de soluções Omni sólidos.



- **Avalie** a maturidade da empresa para um projeto Omni.
- **Trabalhe** com uma metodologia ágil no desenvolvimento do projeto.
- **Faça** um contrato com as etapas e prazos de entrega, contra o pagamento.
- O projeto inicial **precisa** ser um alicerce para soluções futuras.

Recco

E-COMMERCE



MARKETPLACES



APP's



LOJAS
PRÓPRIAS



FRANQUIAS
E LICENCIADAS



CALL CENTERS



WHATSAPP &
MÍDIAS SOCIAIS



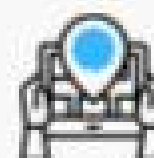
OMS



GESTÃO DE
ESTOQUE



GESTÃO DE
VENDAS



GESTÃO
LOGÍSTICA



GESTÃO DE
CATÁLOGO



GESTÃO DE
INTEGRAÇÕES



FACILIDADE DE
EXPANSÃO



CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO



LOJAS
FÍSICAS



INDÚSTRIA



ERPs



TMS

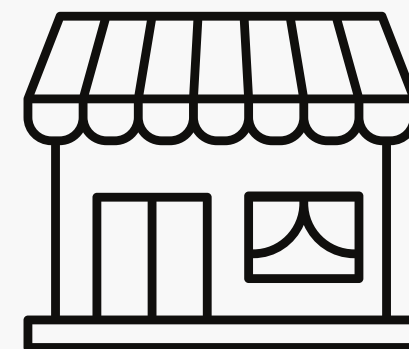
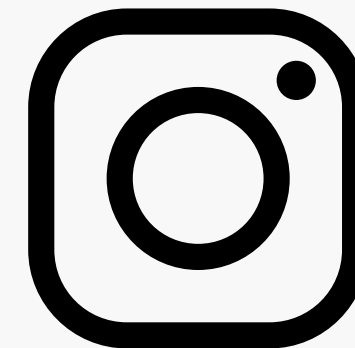


CRM



TRANSPORTADORAS

Integre os canais de atendimento.



Recco

Níveis de serviço.

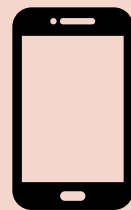
Recco



Ship From
Store



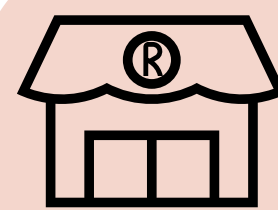
Pick up
Store



Prateleira
Infinita



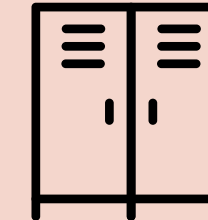
Entrega
Rápida



Dark
Stores



Click and
Collect



Lockers

Níveis de serviço.

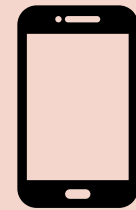
Recco



Ship From
Store



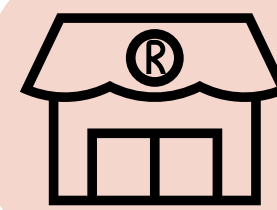
Pick up
Store



Prateleira
Infinita



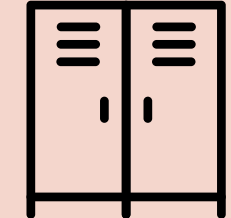
Entrega
Rápida



Dark
Stores



Click and
Collect



Lockers



Ship From
Store

Ship From Store. (Envio da loja)

*As lojas físicas funcionam como **pontos de estoque** da rede de distribuição omnichannel, ou seja, os varejistas usam o estoque de suas lojas físicas para atender pedidos realizados on-line*

Recco



Ship From
Store

Ship From Store.

- **Aloque** os pedidos em lojas mais próximas do destino;
- **Crie regras** de prazo de atendimento para envio do pedido das lojas;
- **Treine** todo time de loja para atendimento dos pedidos;
- **Envie** os pedidos de forma encantadora;

Recco



Pick up
Store

Pick-up Store. (Retire na loja)

*Trata-se da compra de produtos na sua loja virtual e **retirada** na loja mais próxima.*

Recco



Pick up
Store

Pick-up Store.

(Retire na loja)

- **Fature** o pedido antes do cliente ir retirar na loja;
- **Crie uma sinalização** na loja para retirada do pedido;
- **Prepare o pedido** como se fosse um presente para o cliente;
- **Tenha a sensibilidade** da disponibilidade do cliente e o convide para conhecer a loja.
- **Grande oportunidade** de upsell.

Prateleira Infinita

Prateleira Infinita é a possibilidade de o cliente comprar produtos em uma loja física que não tenha estoque. O vendedor consegue acessar o catálogo compartilhado por todos os estoques da rede, e a entrega pode ser realizada a partir de qualquer uma das lojas



Prateleira Infinita



- Integre os estoques de lojas, franquias, multimarcas e CD;
- **Faça** as viradas das lojas por etapas;
- **Implante um Guide Shop** nas lojas para retirada do pedido;
- **Treine muito bem** os times de lojas para oferecer a melhor experiência de compra aos seus clientes;

Logística

- **Entregue no prazo**

- **Entregue rápido** nas principais cidades

- **Conscientize** as lojas dos níveis de serviço

- **Facilite** as trocas ou devoluções

- **Ofereça** o rastreio em todos os momentos da jornada.



Resultados após 9 meses de operação.

62% DOS PEDIDOS
SÃO ATENDIDOS
PELAS LOJAS.

O SITE TEVE UM
CRESCIMENTO DE
80% DA TAXA DE
CONVERSÃO

AS LOJAS SÃO
NOSSAS MAIORES
PARCEIRAS NA
OPERAÇÃO OMNI

O DIGITAL JÁ
REPRESENTA MAIS
DE 10% DAS
VENDAS NO
VAREJO.

CRESCIMENTO DE
70% NAS
TRANSAÇÕES
DIGITAIS

AUMENTO EM 35%
DO TÍCKET MÉDIO.

NOSSO ROADMAP

1

**Seja
constante**

2

**Analise o
algoritmo
do OMS**

3

**Mensure o
desempenho
dos canais
de venda.**

4

**Cresça de
forma
sustentável**

5

**Guide
Shops**

6

**Omnichannel
não tem ré**

Recco

MEUS CONTATOS

RODRIGO BARBOSA LEITE

@rodrigo.barbosaleite

EMAIL

rodrigo.leite@recco.com.br

PHONE NUMBER

11 997142115

Recco

MUITO OBRIGADO!

Recco