

Gestão eficiente

**Sua loja física na maior
vitrine do mundo.**

Responsável pelos Hubs do Varejo Físico, operação de SMB com ênfase em comerciantes, executivos virtuais e lojas físicas, focados na operação e vendas de produtos e serviços conectados ao nosso ecossistema. Atuante também em abertura de novas **Revendas Tray**.



Tray

Renato Galletti

HEAD DE VAREJO FÍSICO

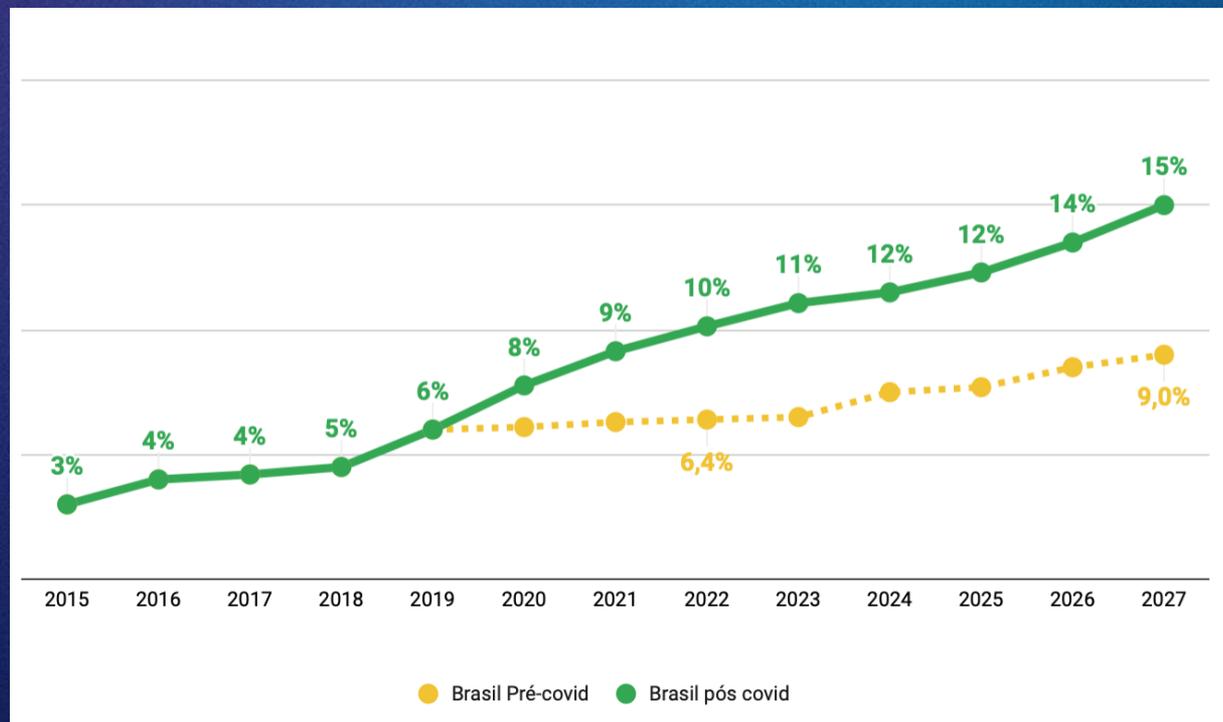
www.criarminhaloja.com.br

jose.galletti@tray.net.br

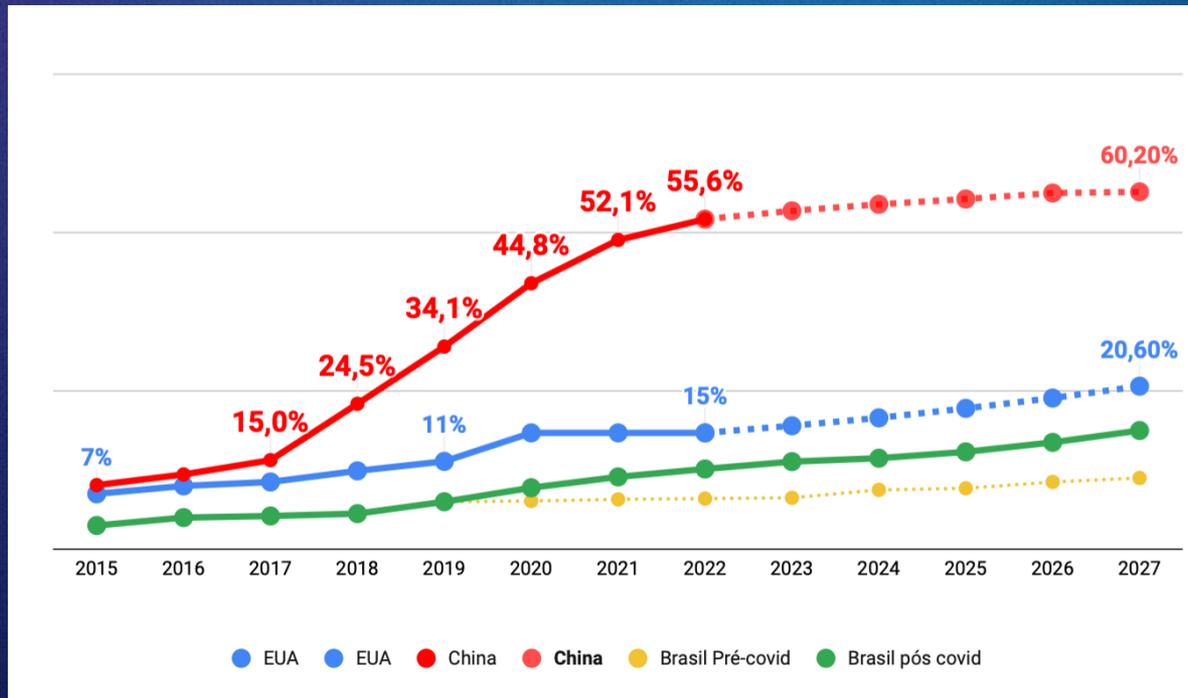
Agenda:

- **Visão Geral do Varejo Físico e Online**
- **História e evolução**
- **Diferenças e semelhanças**
- **O novo papel da loja Física**
- **Estratégias para o Sucesso**
- **Integração de canais**
- **Experiência do cliente**

Penetração das vendas online no Varejo (Brasil)

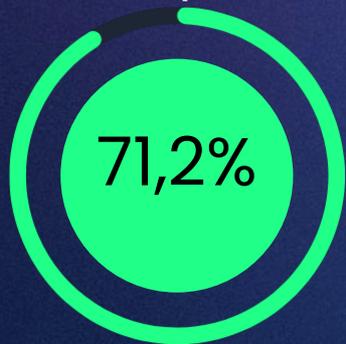


Penetração das vendas online no Varejo (Total)

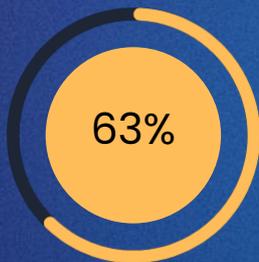


Usuários Brasileiros de 16 a 64 anos.

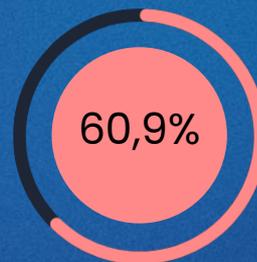
Pesquisou marcas online antes de comprar



Visitou o Website de uma marca nos últimos 30 dias



Pesquisou marcas nas Redes Sociais



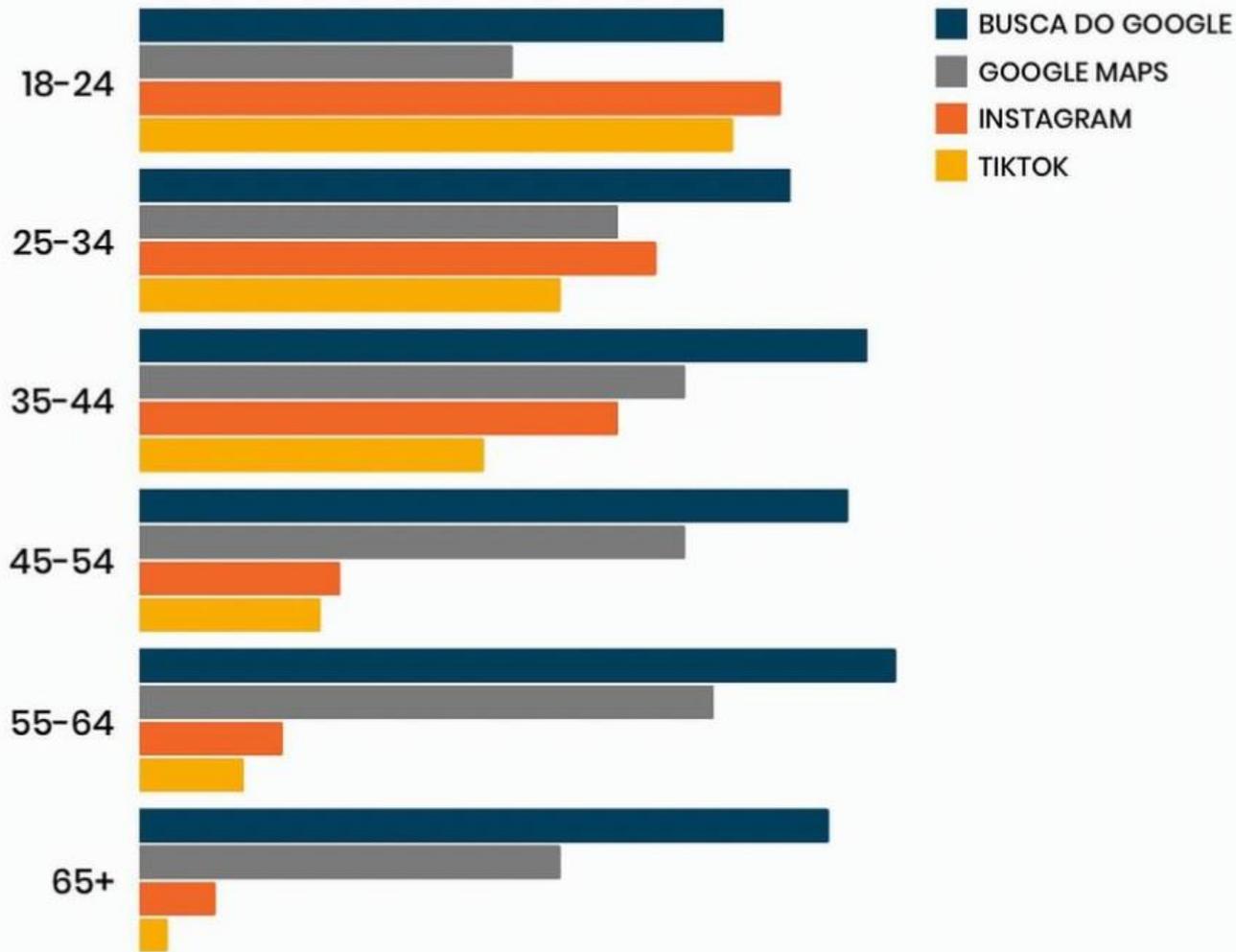
Tocou em um post patrocinado nos últimos 30 dias



Pesquisou uma marca no Buscador (EX.: Google)



Onde os consumidores obtêm informações de empresas locais?





**Alguma dúvida que o
comportamento de compra
mudou?**

O NOVO PAPEL DA LOJA FÍSICA



**Integrada com
E-commerce**

Prospecção Ativa

Experiência

100% Digitalizada



Dados

Menos Atrito

Online

COMPRAR SEM FILAS

MAIOR PORTFÓLIO

FACILIDADE E
COMODIDADE

DISPONIBILIDADE
24 HRS

Físico

RECEBER O
PRODUTO NA HORA

SEGURANÇA

CONFIABILIDADE

CONTRIBUI COM A
COMUNIDADE

Internet é um meio, não o Fim!

**O que não devemos deixar de
fazer?**

Profissionalize seu negócio inicie com uma bela Loja Virtual.

The screenshot displays a user-friendly virtual store interface for cosmetics. At the top, a pink banner features the text "para a pele." and "em até 12x sem juros" (up to 12 interest-free installments), accompanied by an image of a smiling woman. Below this, a navigation bar includes a shopping cart icon with the number "1097" and a "Desconto especial para toda a Loja! 10% OFF" (Special discount for the whole store! 10% OFF) banner. A "COSMETICOS" category button is also visible. The main content area is divided into four benefit sections: "Pague com Cartão" (Pay with Card), "Frete Grátis para o Sudeste" (Free shipping for the Southeast), "Pague com PIX" (Pay with PIX), and "Qualidade e Segurança" (Quality and Security). Below these are "NOSSAS CATEGORIAS" (Our Categories) represented by eight circular icons for Cabelo (Hair), Sombra (Eyeshadow), Batom (Lipstick), Esfoliante (Exfoliant), Hidratante (Moisturizer), Autocuidado (Self-care), Esmalte (Nail polish), and Maquiagem (Makeup). The bottom section, "CONFIRA NOSSOS LANÇAMENTOS" (Check our new arrivals), shows a carousel of product launch cards. A dark blue footer at the bottom of the screen contains the text: "Comprar em uma loja Tray é simples e agradável, a melhor navegação que o você pode oferecer ao seu cliente."

Trate a experiência como uma só

Visão única do cliente

PDV



Emissor
Fiscal



Estoque
Integrado



Reversa



Entrega
Regional



Logística
Nacional

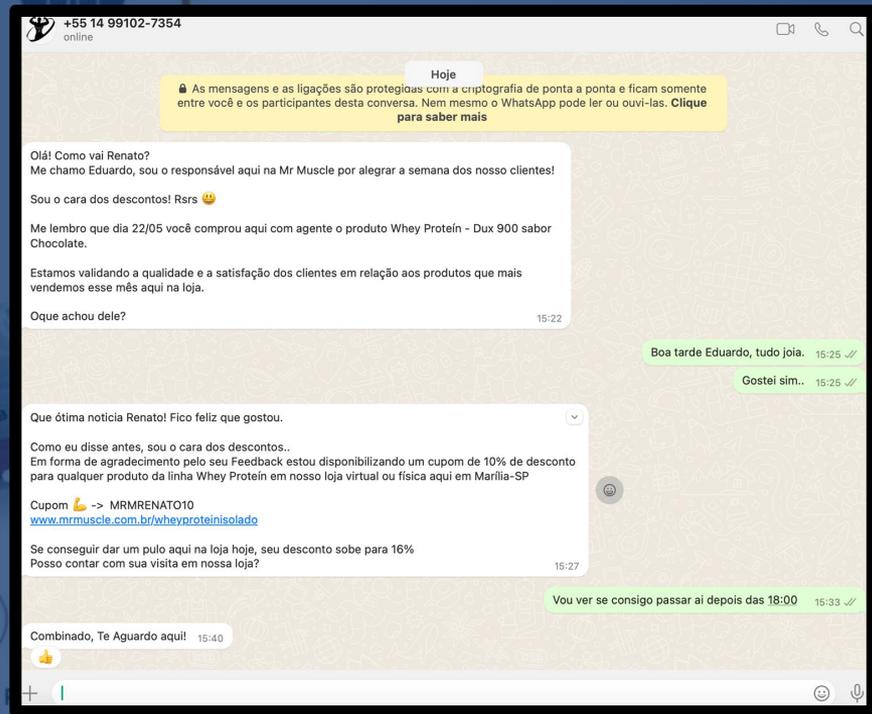
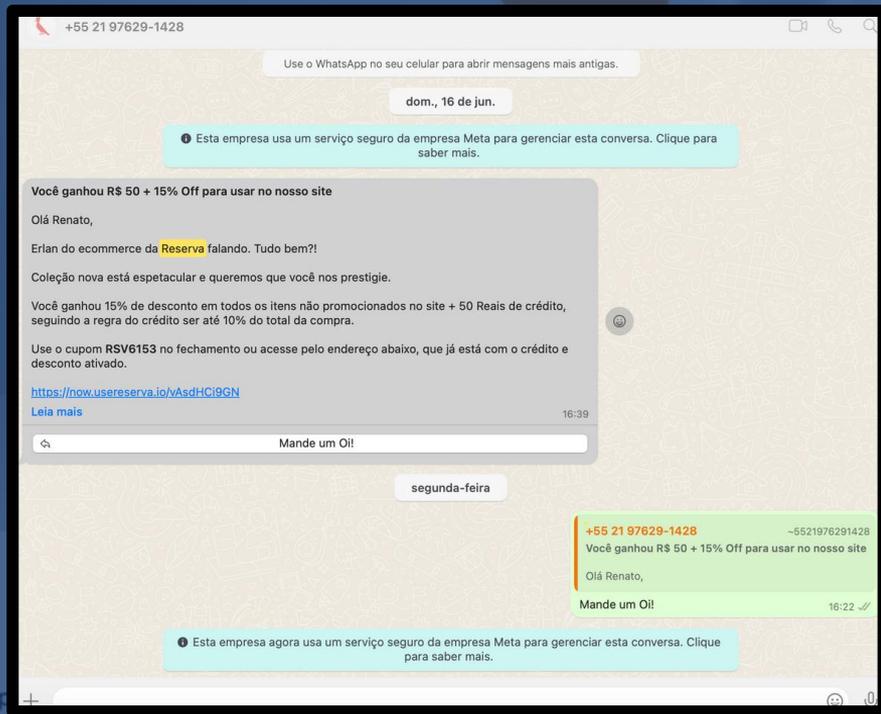


Amplie seus canais de vendas!

Comece por onde a **audiência**
está!

**Sua audiência quer ser impactada
pelo canal que mais utilizam.**

WhatsApp Vendedor



Olá! Como vai Renato?

Me chamo Eduardo, sou o responsável aqui na Mr Muscle por alegrar a semana dos nosso clientes!

Sou o cara dos descontos! Rsr 😊

Me lembro que dia 22/05 você comprou aqui com agente o produto Whey Proteín - Dux 900 sabor Chocolate.

Estamos validando a qualidade e a satisfação dos clientes em relação aos produtos que mais vendemos esse mês aqui na loja.

Oque achou dele?

15:22

Boa tarde Eduardo, tudo joia. 15:25 ✓✓

Gostei sim.. 15:25 ✓✓

Que ótima noticia Renato! Fico feliz que gostou.



Como eu disse antes, sou o cara dos descontos..

Em forma de agradecimento pelo seu Feedback estou disponibilizando um cupom de 10% de desconto para qualquer produto da linha Whey Proteín em nosso loja virtual ou física aqui em Marília-SP

Cupom 🍷 -> MRMRENATO10

www.mrmuscle.com.br/wheyproteinisolado

Se conseguir dar um pulo aqui na loja hoje, seu desconto sobe para 16%
Posso contar com sua visita em nossa loja?

15:27

Vou ver se consigo passar ai depois das 18:00 15:33 ✓✓

Combinado, Te aguardo aqui! 15:40



**As redes sociais não são apenas
uma ferramenta, mas o palco
principal onde marcas e clientes se
encontram e criam conexões
poderosas.**

Crie uma presença forte nas Redes Sociais!

Produza seu **próprio conteúdo.**



Tempo gasto por mês pelos brasileiros nas mídias sociais

MÉDIA DE TEMPO GASTO POR USUÁRIOS DE ANDROID NO BRASIL



Descobrir isso pode te levar a questionar se você deve estar mais presente onde eles estão ou onde eles **gastam mais tempo**.

Instagram é a plataforma de mídia social mais usada para pesquisar marcas

% DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 16 A 64 ANOS QUE USAM AS MÍDIAS SOCIAIS PARA PESQUISAR MARCAS E VER SEUS CONTEÚDOS



O crescimento do TikTok de 37,5% para 44,9% sinaliza uma mudança no comportamento do consumidor.

Sua presença digital deve refletir a essência da marca e oferecer valor real.

Tem que investir em conteúdo autêntico, envolvendo pessoas reais como você, seus funcionários e clientes, e não apenas em autopromoção com banco de imagens.

Quem os consumidores querem ver refletidos nos conteúdos das marcas em 2024?



As mídias sociais são sobre as pessoas e suas narrativas, são sobre conversas. Ou seja, as mídias sociais são "sociais"

Portanto, quem aparece nas narrativas da sua marca no Instagram?

Isso reflete que a autenticidade está ganhando a corrida.

Não precisa vender toda hora!

O click and collect é essencial no varejo, pois combina o melhor do online e do físico.

Estatísticas MultiCanais

Consumidores de varejo são compradores omnichannel.

73%

Varejistas que usam mais de 2 canais aumentam o engajamento do consumidor

251%

O envolvimento do cliente omnichannel aumenta a receita

9,5%

Os compradores são mais propensos a comprar em lojas que oferecem serviços de retirada

19,2%

Os varejistas omnichannel retêm mais clientes do que as lojas de canal único.

91%

Compre e **retire** na loja!

Consumidor

Conveniência

Economia de Tempo e Custo

Garantia de Disponibilidade de Produtos

Experiência de Compra Híbrida

Varejista

Aumento do Tráfego na Loja

Redução de Custos de Entrega

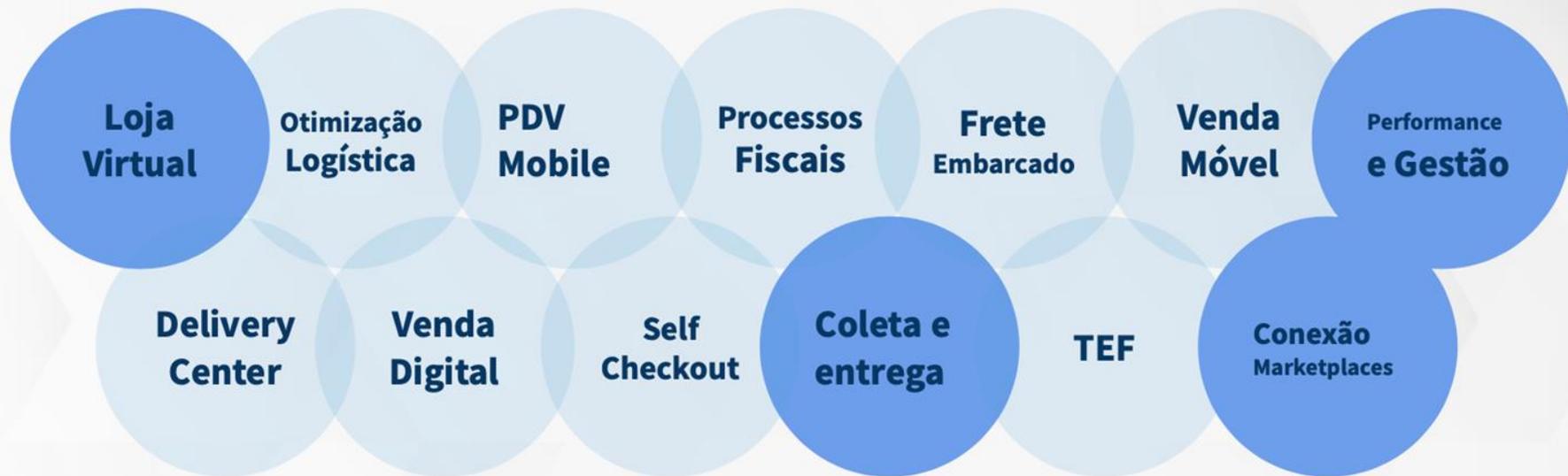
Fidelização de Clientes

Facilidade em Gerenciar Devoluções

Coleta de Dados de Clientes

Unindo as Jornadas da sua loja.

Plataforma para atender o novo varejo Brasileiro



Obrigado.



Tray

Renato Galletti

HEAD DE VAREJO FÍSICO

 **@jgalletti**

jose.galletti@tray.net.br