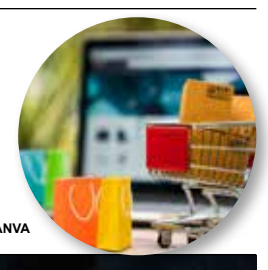

Blue_Planet_Studio_CANVA

VAREJO ONLINE

CINCO ESTRATÉGIAS PARA ESCALAR PRODUTOS

Abrir uma empresa no Brasil, hoje, não é tão complexo, principalmente, diante de tantas oportunidades que o universo online oferece. Mas, fazê-la crescer e prosperar já se torna algo desafiador para muitos.

Renan Cardarello (*)

O mercado varejista dispõe de muitas oportunidades para êxito no ambiente digital, desde que haja um planejamento eficaz em sua gestão perante a escalabilidade de seus produtos. Caso contrário, nem mesmo este amplo universo que o digital oferece conseguirá sustentar uma boa ideia de negócios.

Ter uma marca de sucesso e referência no segmento requer muitos cuidados e estratégias inteligentes que impulsionem sua competitividade. Afinal, mesmo que, em nosso país, dados do Mapa das Empresas mostrem uma enorme facilidade em abrir um negócio – demandando um tempo médio de um dia e cinco horas – a taxa de mortalidade corporativa também é alta.

Dados do IBGE apontam que 48% dos negócios encerram suas atividades dentro de três anos, ocasionado, principalmente, pela falta de uma gestão eficiente.

Muito além de questões burocráticas, uma gestão eficiente é refletida através de uma série de práticas voltadas à estrutura organizacional como um todo. Algo que, diante da alta competitividade do varejo online, se torna ainda mais importante para se destacar.

Pensando nisso, confira cinco estratégias capazes de auxiliar os varejistas a escalarem seus produtos no ambiente online com sucesso:

#1 Construção da marca

O tempo é um aliado fundamental na construção de uma marca consolidada em seu segmento. Até porque, é através de um processo contínuo de exposição, interação com o público e ações inteligentes que uma empresa ganha relevância e reconhecimento – algo que exige paciência e constância.

A pressa por resultados imediatos será a inimiga número um dos empreendedores, que precisam respeitar este tempo para que os consumidores associem o nome da marca aos seus valores, produtos e experiências.

gerenme_CANVA

#2 Distribuição dos produtos

As facilidades do online fazem com que muitos negócios tenham um "boom" imediato de crescimento. Porém, a falta de estruturação na distribuição de seus produtos impede que este impulso se mantenha a longo prazo, criando um gargalo nas operações.

É preciso se atentar à logística de seus produtos para que consiga atingir essa escalabilidade, se não, além de gerar experiências negativas, a má reputação pode afundar o negócio antes mesmo que tenha chance de reverter tais danos.

#3 Comunidade e influenciadores

Uma vez que a marca crie seu propósito e comunicação, naturalmente, será criado um senso de comunidade englobando seu público-alvo. Esse grupo natural de pessoas que se identifiquem com o negócio englobará os famosos influenciadores do ramo – os quais precisam ser conquistados e tidos como aliados à prosperidade corporativa.

Afinal, eles serão autoridades no segmento, tendo nome, conhecimento e experiência na área, podendo impulsionar a escalabilidade de seus produtos no meio online para seus fiéis seguidores.

#4 Offline

Muitos varejistas ainda preferem lojas físicas para conduzir seus negócios. Por mais que o presencial tenha seus benefícios, não há como fugir totalmente do avanço da digitalização do mercado.

Mesmo para aqueles que obtêm resultados significativos em seus estabelecimentos, é importante conciliá-los com, pelo menos, uma rede social ou plataforma online, dando mais uma opção para que seus consumidores conheçam seus produtos e possam, até mesmo, conduzir parte de sua jornada por lá. Essa união, certamente, irá otimizar o processo de vendas do varejo físico.

#5 Marketing

Ainda é muito comum observar marcas crescendo, faturando e não investindo em estratégias de marketing que suportem esse movimento, associando-as a um custo à parte e não como algo valioso para sua perpetuidade.

O marketing pode ser um motor para a escalabilidade de produtos no online, os posicionando de forma competitiva a fim de estimular sua compra e retenção de clientes. Mas, aquelas que aplicarem esse investimento também precisarão dedicar tempo e esforços nisso, para que atinja sua proposta.

Vender no varejo online é desafiador. Basta um clique para encontrar outros negócios que ofertam os mesmos produtos e serviços que os seus. Então, como se destacar diante de tanta concorrência? A resposta também é complexa, uma vez que não existe um único manual aplicável para toda empresa, mas sim um guia de boas práticas que devem ser analisadas e investidas conforme as condições e objetivos de cada um.

O ambiente digital oferece inúmeras oportunidades para escalar produtos e tornar uma marca referência em seu setor. De acordo com o Relatório Digital 2024, os brasileiros passam, em média, 9 horas e 13 minutos conectados à internet por dia. No entanto, não basta apenas criar um site ou uma rede social para direcionar seus consumidores.

Com as estratégias acima, as chances de conquistar tais resultados certamente será maior, desde que os empreendedores dediquem tempo, esforços e recursos para colocá-las em prática, oferecendo um atendimento próximo e disponível a seus clientes.

Blue_Planet_Studio_CANVA

(*) - É CEO da iOBEE - Assessoria de Marketing Digital e Tecnologia (https://iobee.com.br/).