



Benchmarking

Clube de compras online

Você pode chamar também de Clube Privado de Vendas Online.

É preciso ser sócio e eles têm preços muito baixos, mas com mercadorias em edições limitadas ou de temporadas passadas.

Criado em 2001 na França, o pioneiro foi o Vente Privee, que hoje tem, no mundo, 12 milhões de sócios e vendas anuais de quase € 1 bilhão.

Na Espanha, se espalharam rapidamente.

Espanha	Nº de Sócios (milhões)	Vendas 2010 (€ milhões)
VENTE PRIVEE	1,7	75
PRIVALIA	6,1	169
BUYVIP (Amazon)	7,5	140
PRIMERITI (Corte Ingles)	5,2	310
SHOWROOMPRIVE	4,9	140

Vejam (tabela acima) os números que o país ibérico já alcançou. Em tempo: vendem roupas, sapatos, perfumes, eletros, etc.

DAR SENTIDO À EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Quando um cliente vai a um supermercado, ele passa por inúmeras experiências de compra. Pode se sentir aborrecido, surpreso, satisfeito, infeliz, enganado, importante, só mais um cliente, etc.

Como criar diferenciais e tornar essas experiências sempre positivas?

A chave é dar sentido a elas. "É tocar uma "música" que chegue aos sentidos dos consumidores e funcionários tornando a loja "única" e a preferida do público.

A experiência de compras deve refletir emocionalmente o sentido e a proposta que a loja oferece, além das costumeiras razões racionais, como ofertas, linha de produtos, localização, etc.

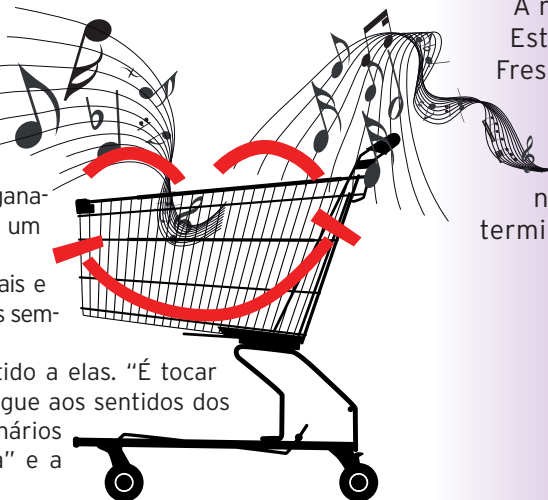
Ambiente, iluminação, estilo, serviço e política de relacionamento, entre outros, é o caminho, mas você é quem decide o sentido, o significado ou as vivências que quer oferecer.

Você é quem decide o que eles devem sentir ao estar na sua loja.

Para isso, deve desenvolver todos os meios para atingir seu objetivo.

Não seja mais um supermercado.

Tenha nome, sobrenome e personalidade perceptível a todos.



Frases a ponderar

"Quanto mais treino, mais sorte tenho nas partidas." Tiger Woods



TESCO NOS EUA

A rede de lojas de vizinhança, nos Estados Unidos, do Grupo Tesco, a Fresh & Easy, ainda é uma pedra no sapato do Grupo, que é líder no mercado inglês.

Com 172 lojas no oeste norte-americano, a Fresh & Easy terminou o ano fiscal com vendas de US\$ 808 milhões e prejuízo de US\$ 303 milhões.

Ainda assim, vão abrir mais lojas e preveem equilíbrio financeiro já para 2013.

Falam em chegar ao ponto de equilíbrio com 300 lojas.

Não é muito otimismo?

Em tempo: no mundo, o grupo Tesco deve faturar cerca de US\$ 100 bilhões de neste ano.



Você sabia que...

"Quem tem boca vai a Roma" ... é errado, segundo o Prof. Pasquale. O correto é: 'Quem tem boca váia Roma.' (isso mesmo, do verbo vaiar).

Para conhecimento, análise e comparação com nossos números, realidade e tendências. Informação resumida e livre. Fontes: Revistas LSA, Supermarket News, Distribuição Hoje, Progressive Grocer, Chain Store Guide, Food Chain Asia, Speaks, Asian Retail Trade