



OS DESAFIOS DO VAREJO ONLINE DE MODA NO BRASIL: GESTÃO X FATURAMENTO

Por Felipe Dellacqua, executivo e sócio da VTEX

Até o final de 2019, o setor de e-commerce brasileiro deve ultrapassar os R\$ 61 bilhões em vendas, segundo levantamento da consultoria Ebit/Nielsen. Grande parte desse faturamento será conduzido pelo segmento de moda, hoje posicionado entre as três categorias que mais vendem online. Se em algum momento do passado, a comercialização de itens de moda na Internet era limitada pela desconfiança dos consumidores, hoje essa realidade é outra.

No Brasil, o cliente online está maduro e disposto a adquirir, sem receios, produtos que ainda exigem uma certa capacidade de abstração. Imaginar se a blusa “cairá bem” ou se o sapato ficará confortável não interferem mais na tomada de decisão final da compra na Web. No entanto, contar apenas com essa subjetividade não basta para captar, conquistar e fidelizar. É preciso oferecer, acima de tudo, uma operação digital de moda eficiente.

Para esse processo ser assertivo, entender o comportamento do consumidor é crucial. Ele está cada vez mais orientado para o mobile e prefere consumir por esse dispositivo – de acordo com uma pesquisa da WGSN, consultoria de previsão de tendências, para 64% dos varejistas entrevistados o pagamento pelo celular é prioridade para o funcionamento do negócio. Outra tendência que ganha força é a forma de descoberta de novos produtos e serviços. Os consumidores estão deixando de “ir às compras”, embora nunca deixem de comprar, uma vez que a conectividade é a palavra de ordem e está em todo lugar.

Com os cases do Grupo Soma (Tiago Dowsley, head Digital), Grupo Hering (Guilherme Farineli, diretor Digital), Grupo Aste (Felipe Ernani, vice-presidente) – três grandes varejistas de moda, cujas operações online já representam um percentual relevante em seus faturamentos totais – os participantes da **Fashion Training Session I** (dia 31/05, às 13h, na Conference Area, do VTEX DAY), terão uma visão completa de como funciona a gestão de e-commerce e de omnichannel nesse setor..

E conhecerão mais sobre os influenciadores digitais e como eles podem ajudar tanto na reputação de uma marca em âmbito global como para a conquista de tráfego e de conversão. Giulliano Puga, fundador da Labellamafia, marca de moda fitness com mais de 900 mil seguidores no Instagram e atuação em 45



países; e Paulo Lima, presidente da Universal Music, também participam da **Fashion Training Session I**, e detalham suas jornadas no varejo de moda digital.

Também vamos discutir os principais desafios e dar dicas do que não fazer em um e-commerce de moda com o especialista na área, Renato Gonzáles, da RG Consulting. Ele abordará os equívocos cometidos pelas empresas do setor ao longo de suas trajetórias online e apontar caminhos de mudança para que a loja virtual ganhe robustez e notoriedade em pouco tempo de operação.

Ter uma operação em e-commerce eficiente e rentável é ainda mais desafiador para empresas que atuam também no varejo físico com lojas espalhadas por todo o País. Esse é o tema central da **Fashion Training Session II** (dia 31/05, às 15h, na Conference Area, no VTEX DAY) que contará com a participação de Leonardo Santos, CEO da Indeva; Tina Costa, diretora Comercial da Multi Franqueadora (Clube Melissa); Caito Maia, CEO da Chilli Beans e Graziela Veiga Falotico, country Manager Brazil da Pandora.

Líderes do varejo de moda, esses especialistas irão compartilhar os desafios na gestão das lojas físicas e destacar o protagonismo cada vez mais relevante do consumidor em um mercado em contínua transformação digital. As iniciativas criadas para oferecer as melhores experiências nos pontos de vendas e as estratégias para aumentar a produtividade de suas equipes serão alguns dos tópicos abordados.

As sessões de treinamento serão a grande atração do segundo dia do VTEX DAY. Elas foram pensadas para atender aos diferentes perfis na tomada de decisão.

O VTEX DAY, maior evento de inovação da América Latina, está chegando! Com mais de 15 horas de conteúdos inéditos, distribuídos em dois dias de evento, 170 marcas patrocinadoras e público superior a 15 mil pessoas, a 7ª edição acontecerá no São Paulo Expo, espaço com mais de 43 mil m².

No app oficial do VTEX DAY, disponível na App Store e Play Store, é possível checar a programação atualizada sobre o evento. Planeje sua agenda e aproveite o máximo desse encontro de negócios. A **agenda completa** também pode ser acessada no site vtexday.vtex.com

Serviços

Data: 30 e 31 de maio de 2019



Horário: 30 de maio, às 8h, e 31 de maio, às 9h

Local: São Paulo Expo

Website: <https://vtexday.vtex.com>

Twitter @VTEXTrueCloud

Website VTEX: <https://www.vtex.com>

Para mais informações escreva para: contatovtexday@vtex.com.br ou acesse vtexday.vtex.com

Sobre a VTEX

A VTEX é a verdadeira plataforma Cloud Commerce™ no mercado de varejo digital com escala automática de infraestrutura elástica e cloud, o que aumenta as taxas de conversão, diminui os custos operacionais e gera fidelização dos consumidores. Utilizando sua exclusiva tecnologia patenteada Smart Checkout, uma ferramenta segura e intuitiva sem obrigação de criação de senha durante o processo de checkout, a VTEX é a melhor opção para o varejo digital. Empresas que utilizam VTEX observam, em média, 54% de aumento de conversão e redução significativa do abandono de carrinhos. A plataforma VTEX é utilizada por cerca de 2.500 lojas virtuais em 25 países e possui clientes globais corporativos como Sony, Walmart, Whirlpool, Coca-Cola, Lancôme, AVON e LEGO. A VTEX está presente no Quadrante Mágico do Gartner no report de Comércio Digital 2017. A VTEX é uma plataforma end-to-end, totalmente adaptável, omnichannel e que mantém o passo no mesmo ritmo da evolução das expectativas dos clientes.

A história do VTEX DAY

Criado em 2013, o VTEX DAY é o maior encontro de negócios focado em inovação digital da América Latina. Em seu primeiro ano, reuniu mais de mil pessoas e realizou 40 palestras. Ao longo das edições, o congresso se consolidou como um dos principais polos de conhecimento sobre transformação digital no varejo, tanto para profissionais do setor, como para as empresas que compõem esse ecossistema. Em 2018, o evento chegou a reunir mais de 14 mil pessoas e mais de 150 palestras. Desde sua primeira edição, o VTEX DAY recebeu importantes nomes em seu palco: Fernando Henrique Cardoso, ex-presidente do Brasil; Joaquim Barbosa, ex-presidente do Supremo Tribunal Federal; Bruce Dickinson, empreendedor e vocalista do Iron Maiden;



Luiza Trajano, presidente do Magazine Luiza; Andreas Weigend, ex-cientista chefe da Amazon; Richard Branson, fundador do grupo Virgin; Sucharita Kodali, vice-presidente da Forrester Research; Paula Bellizia, presidente da Microsoft Brasil; e o cofundador da Netflix, Marc Randolph.

Informações à imprensa

VIANEWS Hotwire - vtexday@vianews.com.br

Telefones: (11) 4780-9719/ (11) 4780-9728