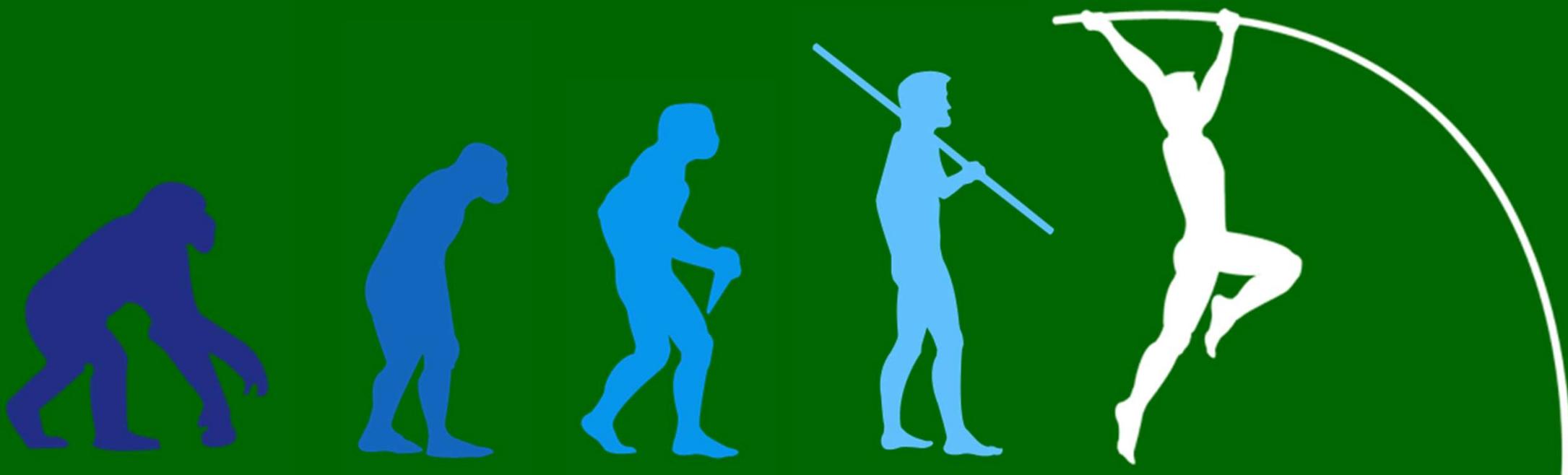


O VAREJO DAQUI PRA FRENTE

ALAVANCAS PARA VENCER NO MUNDO EM RECONFIGURAÇÃO



Brasilia - 24 jun 22

ABICOL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

*“Há um tempo
em que é preciso
abandonar as roupas usadas,
que já tem a forma
do nosso corpo,*

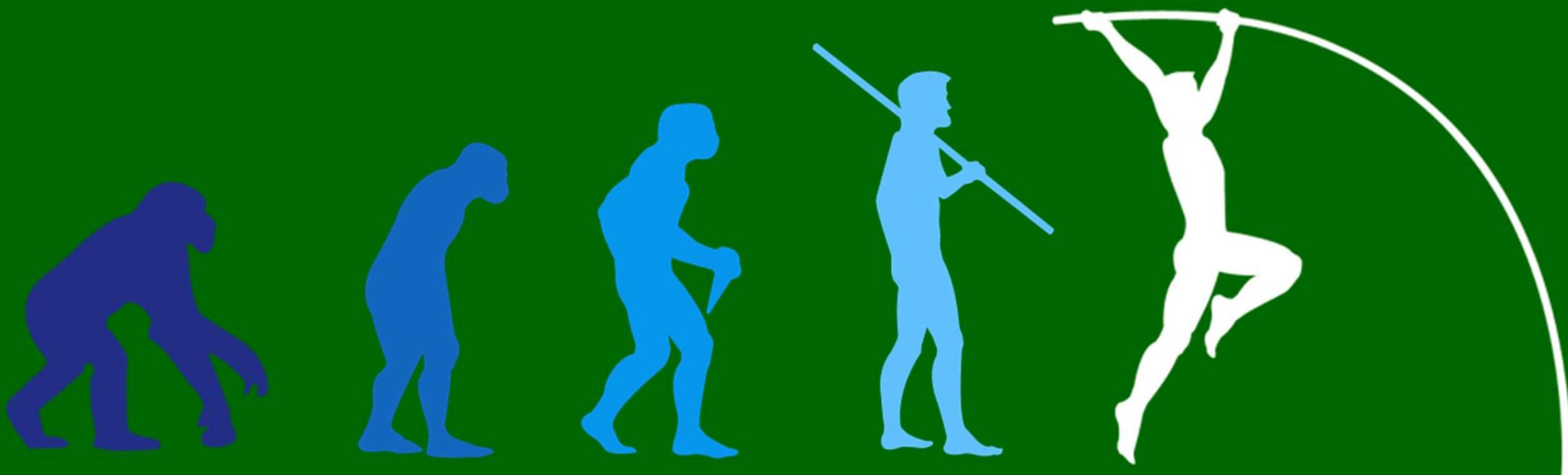
*e esquecer os velhos caminhos,
que nos levam sempre
aos mesmos lugares.*

*É o tempo da travessia,
e, se não ousarmos fazê-la,
corremos um sério risco:
o de ficarmos à margem,
não dos outros,
Mas à margem de nós mesmos”.*

*Fernando Andrade, (1946-2008)
professor de literatura*

O VAREJO DAQUI PRA FRENTE

ALAVANCAS PARA VENCER NO MUNDO EM RECONFIGURAÇÃO



Brasilia - 24 jun 22

ABICOL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

PARABÉNS, ABICOL !

11 anos – fundada em 2011

> 70% da Produção nacional de colchões

PILARES :

**concorrência leal / combate trabalho infantil /
respeito direitos trabalhador / respeito meio ambiente**

Regulamentação da Portaria 79 Inmetro (Certificação)

Selo Qualidade Abicol 2019

Parceria com ABIMAD

PARABÉNS !

pela **resiliência** apresentada num momento onde a incerteza foi dominante

pela vontade da maioria do setor em **evoluir os padrões** da indústria

pela vontade de aprender e compreender aquilo que **molda** a nossa indústria

DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS:

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

IoT : INTERNET DAS COISAS

IA: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

5G

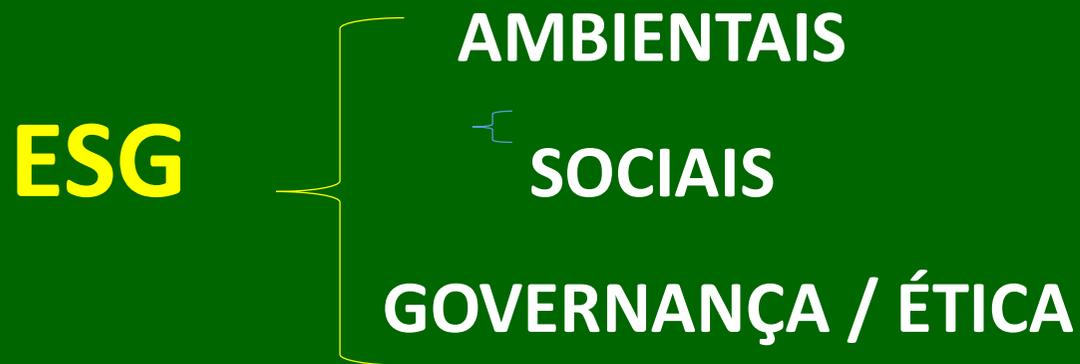
METAVERSO

ETC

DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS: TD / IoT / IA / 5G / METAVERSO / ETC

NOVAS DEMANDAS DA SOCIEDADE:



DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS: TD / IoT / IA / 5G / METAVERSO / ETC

NOVAS DEMANDAS DA SOCIEDADE: AMBIENTAIS / SOCIAIS / ÉTICA

VULNERABILIDADES CADEIA SUPRIMENTOS / JUROS / INFLAÇÃO

DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS: TD / IoT / IA / 5G / METAVERSO / ETC

NOVAS DEMANDAS DA SOCIEDADE: AMBIENTAIS / SOCIAIS / ÉTICA

VULNERABILIDADES CADEIA SUPRIMENTOS / JUROS / INFLAÇÃO

NOVOS CONCORRENTES INUSITADOS / START Ups

DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS: TD / IoT / IA / 5G / METAVERSO / ETC

NOVAS DEMANDAS DA SOCIEDADE: AMBIENTAIS / SOCIAIS / ÉTICA

VULNERABILIDADES CADEIA SUPRIMENTOS / JUROS / INFLAÇÃO

NOVOS CONCORRENTES INUSITADOS / START Ups

MENOR PODER AQUISITIVO (DESEMPREGO / JUROS / INFLAÇÃO)

DESAFIOS

DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS: TD / IoT / IA / 5G / METAVERSO / ETC

NOVAS DEMANDAS DA SOCIEDADE: AMBIENTAIS / SOCIAIS / ÉTICA

VULNERABILIDADES CADEIA SUPRIMENTOS / JUROS / INFLAÇÃO

NOVOS CONCORRENTES INUSITADOS / START Ups

MENOR PODER AQUISITIVO (DESEMPREGO / JUROS / INFLAÇÃO)

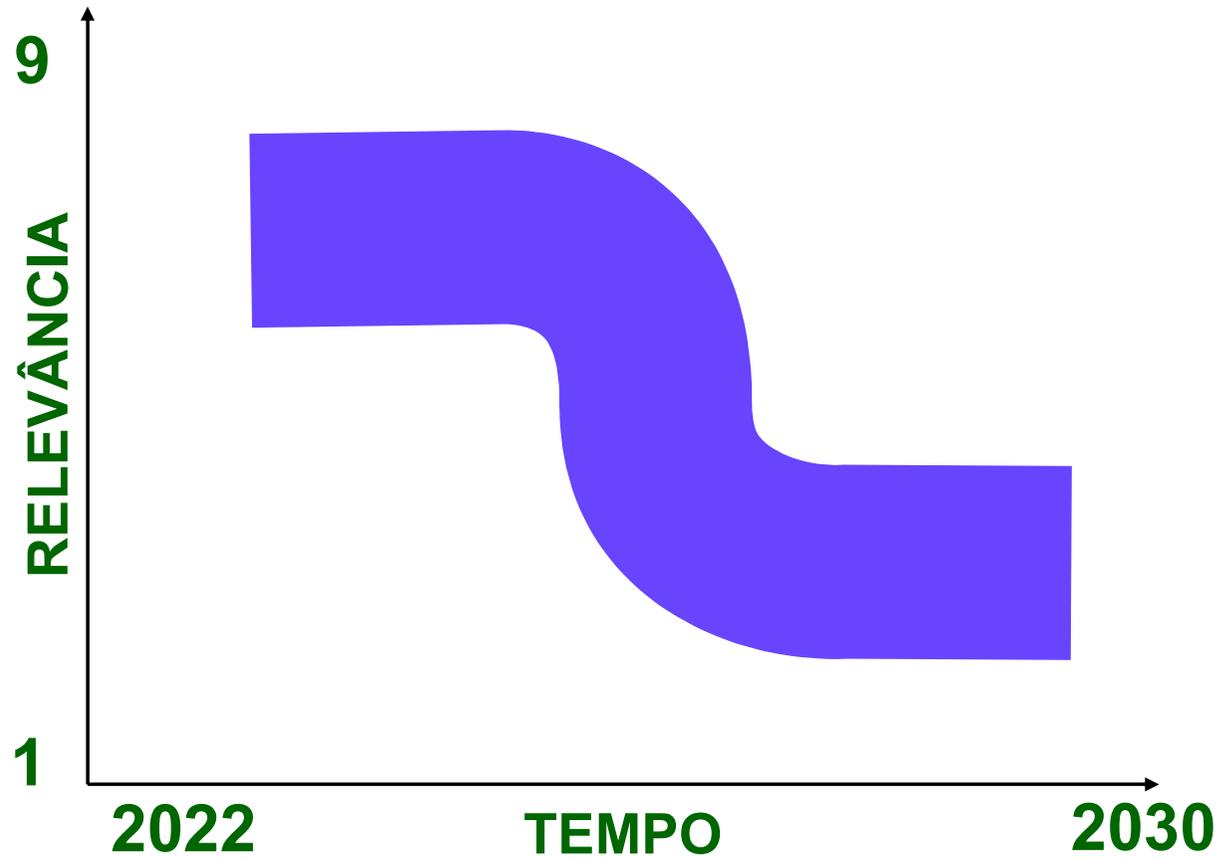
NOVOS HÁBITOS: PANDEMIA

Alguns Clientes da EMPREENDA

empreenda
superando o presente
construindo o futuro

CONSEQUÊNCIA PARA VÁRIAS EMPRESAS / INDÚSTRIAS



MUITOS NEGÓCIOS COM
PRAZO DE VALIDADE
VENCIDOS / SE APROXIMANDO

INDUSTRIA AUTOMOTIVA

Carros Elétricos

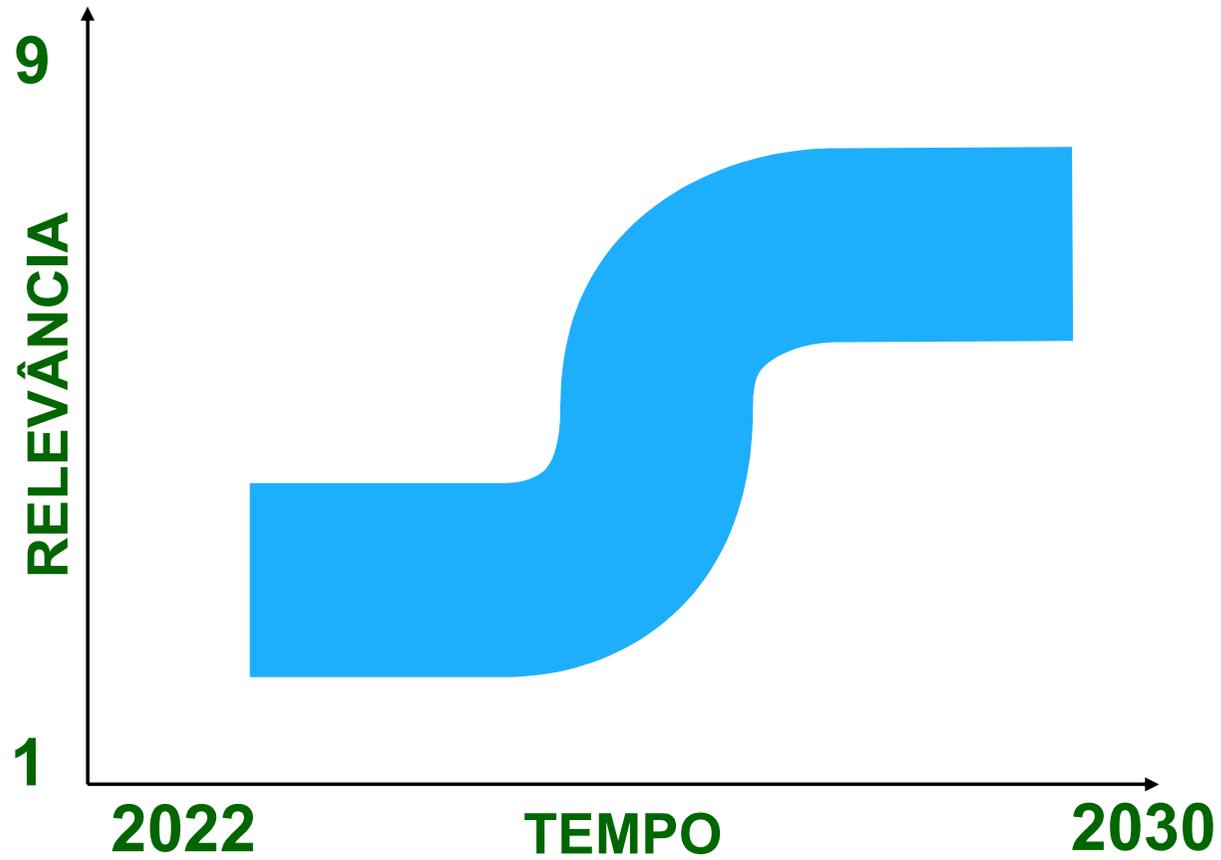
Carros Autônomos

Uso por assinatura

Desintermediação

Preço combustível

POSICIONAMENTO FUTURO





A close-up photograph of two hands, one from a person with dark skin and the other from a person with light skin, firmly grasping a small globe of the Earth. The globe is the central focus, showing continents and oceans. The hands are positioned on either side of the globe, with fingers wrapped around it. The background is a plain, light color.

MUNDO EM RECONFIGURAÇÃO

SOLUÇÕES DISRUPTIVAS

NEGÓCIOS TRADICIONAIS “DESTRUIDOS” DA NOITE PARA O DIA







"A VIDA NA PALMA DA MÃO"





INDÚSTRIA 1.0

MECANIZAÇÃO
TEAR E FORÇA À
VAPOR.



INDÚSTRIA 2.0

PRODUÇÃO EM
ESCALA, LINHA
DE MONTAGEM,
ELETRICIDADE E
COMBUSTÃO.



INDÚSTRIA 3.0

AUTOMAÇÃO,
ROBÓTICA,
COMPUTADORES,
INTERNET E
ELETRÔNICOS.



INDÚSTRIA 4.0

SISTEMAS
CIBERNÉTICOS,
INTERNET DAS
COISAS, REDES,
E INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL.



1784

1870

1969

HOJE

PILARES DA INDÚSTRIA 4.0



CLOUD & BIG DATA



ANALYTICS & I.A.



**CONVERSAO
FÍSICA PARA
DIGITAL**



**INTERAÇÃO
HOMEM-MÁQUINA**

AUTOMAÇÃO – PADRONIZAÇÃO DE PROCESSOS, DADOS E EQUIPAMENTOS

TODAS AS PROFISSÕES

**SOFRENDO
PROFUNDAS TRANSFORMAÇÕES**

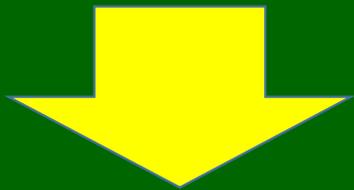
**MAIOR REVOLUÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO DESDE
A MÁQUINA A VAPOR...**

DO “MARKET PLACE” PARA O “MARKET SPACE”

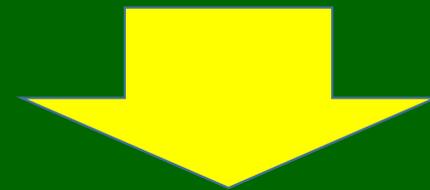


MACRO CENÁRIO

Tecnológico / Político / Eco / Social / Negocial
Intenso + Veloz + Volátil



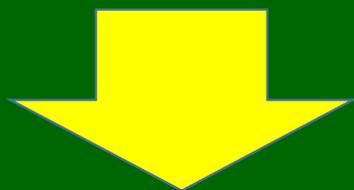
CONSUMIDORES
NOVOS HÁBITOS
OMNICHANNEL



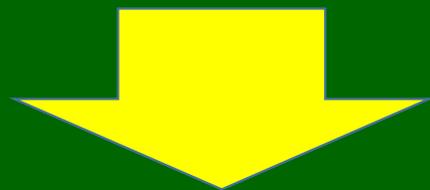
VAREJISTAS
NOVAS OFERTAS
OMNICHANNEL

MACRO CENÁRIO

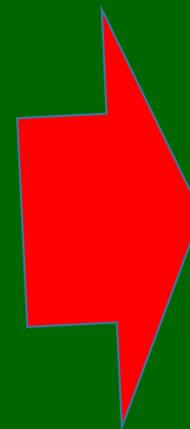
Tecnologico / Politico / Eco / Social / Negocial
Intenso + Veloz + Volátil



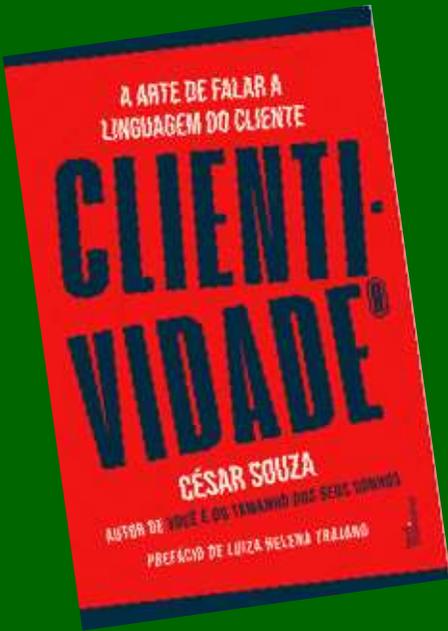
CONSUMIDORES
NOVOS HÁBITOS
OMNICHANNEL



VAREJISTAS



FABRICANTES



MAIOR DESAFIO



DESENVOLVER **RELACIONAMENTOS DURÁVEIS** E
MUTUAMENTE BENÉFICOS COM **CLIENTES**

VENDER MAIS E MELHOR

7



ALAVANCAS

PRIMEIRA



**ENTENDA O
CONSUMIDOR FINAL
(USUÁRIO)**

NEO CONSUMIDORES



MULTICANAL

Deseja o máximo de praticidade na hora das compras e entrega de produtos.



EXIGENTE

Cobra serviços de qualidade, sustentáveis e a baixo custo.



ÁGIL

Deseja agilidade em seus processos de compra, desde a negociação a entrega do produto.



COMUNICATIVO



Se comunica pelas redes sociais e por várias plataformas digitais

CONECTADO



Está conectado a todo momento e utiliza o smartphone para pesquisas e compras.

DIGITAL



Realiza compras por aplicativos e e-commerce.

neoCONSUMIDORES



NEO CONSUMIDORES

BASE PIRÂMIDE: C, D e E

GERAÇÃO Y, Z, ALFA

F Y: LONGEVIDADE

PODER DA bOLSA

CONSUMIDOR “VERDE”, “LGBT”

NORTE / NORDESTE / CENTRO OESTE / SUDESTE / SUL

ETC ETC ETC

CONSUMIDORES VALORIZAM A

EXPERIÊNCIA

PDV x PDE

A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE VAI ALÉM DOS MUROS DA LOJA

INSTAGRAM

TIK TOK

FACEBOOK

WHATSAPP

ETC ETC ETC

(E O IMPACTO NA VENDA TAMBÉM)

CONSUMIDOR COMPRA BENEFÍCIOS

MUITO ALEM DO COLCHÃO, ESPUMA, MOLAS, ESTRADO, ETC

**SAÚDE FÍSICA E EMOCIONAL /
QUALIDADE SONO / SONHOS
DOR NA COLUNA
PRODUTIVIDADE
HUMOR**

QUASE 30% NOSSAS VIDAS NA CAMA

“QUANTO CUSTA UMA NOITE MAL-DORMIDA? “

SEGUNDA

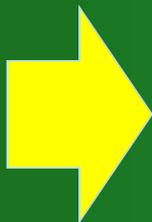


**AUMENTE
PROXIMIDADE COM O
VAREJISTA**

VAREJO EM TRANSFORMAÇÃO

MODELO ESTRUTURADO ANOS 80

- JORNADA DE COMPRA
- PONTO VENDA
- DEMANDA X OFERTA
- “MOMENTO DA VERDADE”
- DENTRO DA LOJA



- TECNOLOGIA BAGUNÇOU / DESTRUÍU A JORNADA DE COMPRA TRADICIONAL
- MULTIPLICAÇÃO DAS OFERTAS
- FRAGMENTAÇÃO CANAIS DE VENDAS (DEMANDA)
- NOVOS MOMENTOS CONSUMO
- VOLUME INFORMAÇÃO DISPONÍVEL

AJUDE O VAREJISTA A

**PROPORCIONAR EXPERIÊNCIAS ÚNICAS
AOS CONSUMIDORES**

ESTIMULAR OS SENTIDOS

LAYOUT DA LOJA

SOM AMBIENTE

ORGANIZAÇÃO

LIMPEZA

OLFATO / AROMA

CLIMA / ATMOSFERA

CONHEÇA O NEGÓCIO DO VAREJISTA

MIX DE PRODUTOS DA LOJA

TIPOS DE CONSUMIDORES ATENDIDOS

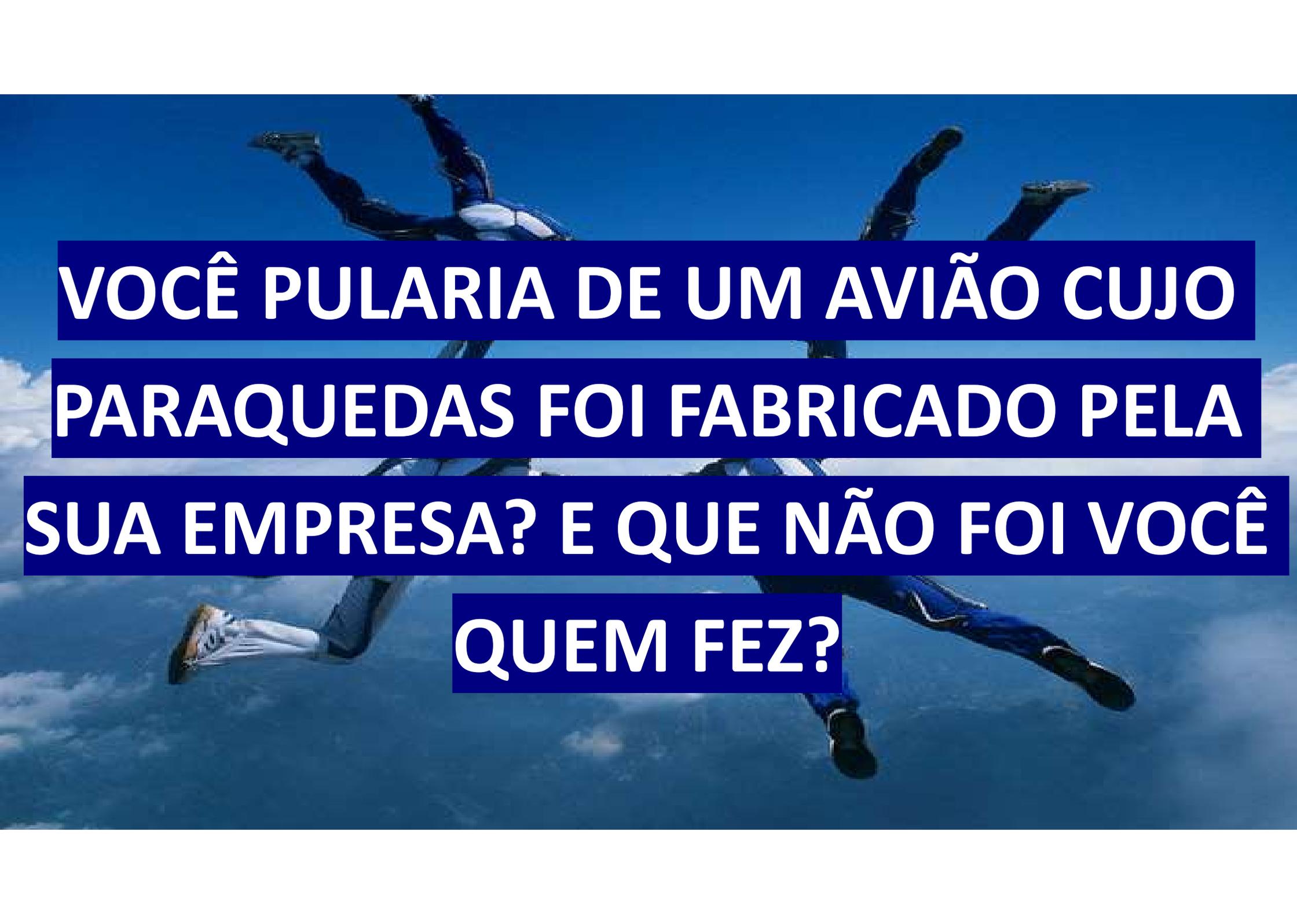
DESAFIOS REGIONAIS / LOCAIS

TERCEIRA



**GARANTA A QUALIDADE
PRODUTOS / SERVIÇOS**

**VOCÊ ACEITARIA O PRODUTO QUE
ACABOU DE ENTREGAR?**



**VOCÊ PULARIA DE UM AVIÃO CUJO
PARAQUEDAS FOI FABRICADO PELA
SUA EMPRESA? E QUE NÃO FOI VOCÊ
QUEM FEZ?**

**QUALIDADE NÃO É APENAS
MANTER O “PADRÃO” E SIM
MELHORAR SEMPRE!**

QUARTA



GARANTA A
PRODUTIVIDADE / PREÇO
COM EFICIENCIA CUSTOS

QUINTA



**TOME INICIATIVAS
AMBIENTAIS :**

**PRODUTO, ENERGIA, INSUMOS,
EMBALAGENS**

SEXTA



**CAPACITE EQUIPES
DENTRO E FORA**

PREPARE...

TIME DA FÁBRICA

SUA EQUIPE DE VENDAS / REPRESENTANTES

VAREJISTAS: OS DONOS E O “CHÃO DA LOJA”

**AJUDE SEU CLIENTE A
VENDER MAIS E
MELHOR**

SETIMA



**PRESTIGIE A ATUAÇÃO
INSTITUCIONAL**



PARA CONCLUIR

INOVE / OUSE

NA FORMA DE RELACIONAR COM O CLIENTE

NO JEITO DE VENDER

NA GESTÃO DE PESSOAS

NA BUSCA PELA SOLUÇÃO

NO SEU DIA A DIA

INOVAÇÃO

CRIAR E CAPTURAR VALOR

PARA O SEU NEGÓCIO E PARA O CLIENTE

AUMENTAR RECEITA

REDUZIR CUSTOS

MITIGAR RISCOS

ALGUMAS MENSAGENS

O SETOR PRECISA EVOLUIR E SE ADEQUAR AO QUE VEM PELA FRENTE

A SUSTENTABILIDADE É UM CAMINHO SEM VOLTA

O NOVO CONSUMIDOR QUER MAIS DO QUE ACHAMOS EXCELENTE

O QUE PRODUZIMOS E ACHAMOS BOM, PODE ESTAR ULTRAPASSADO

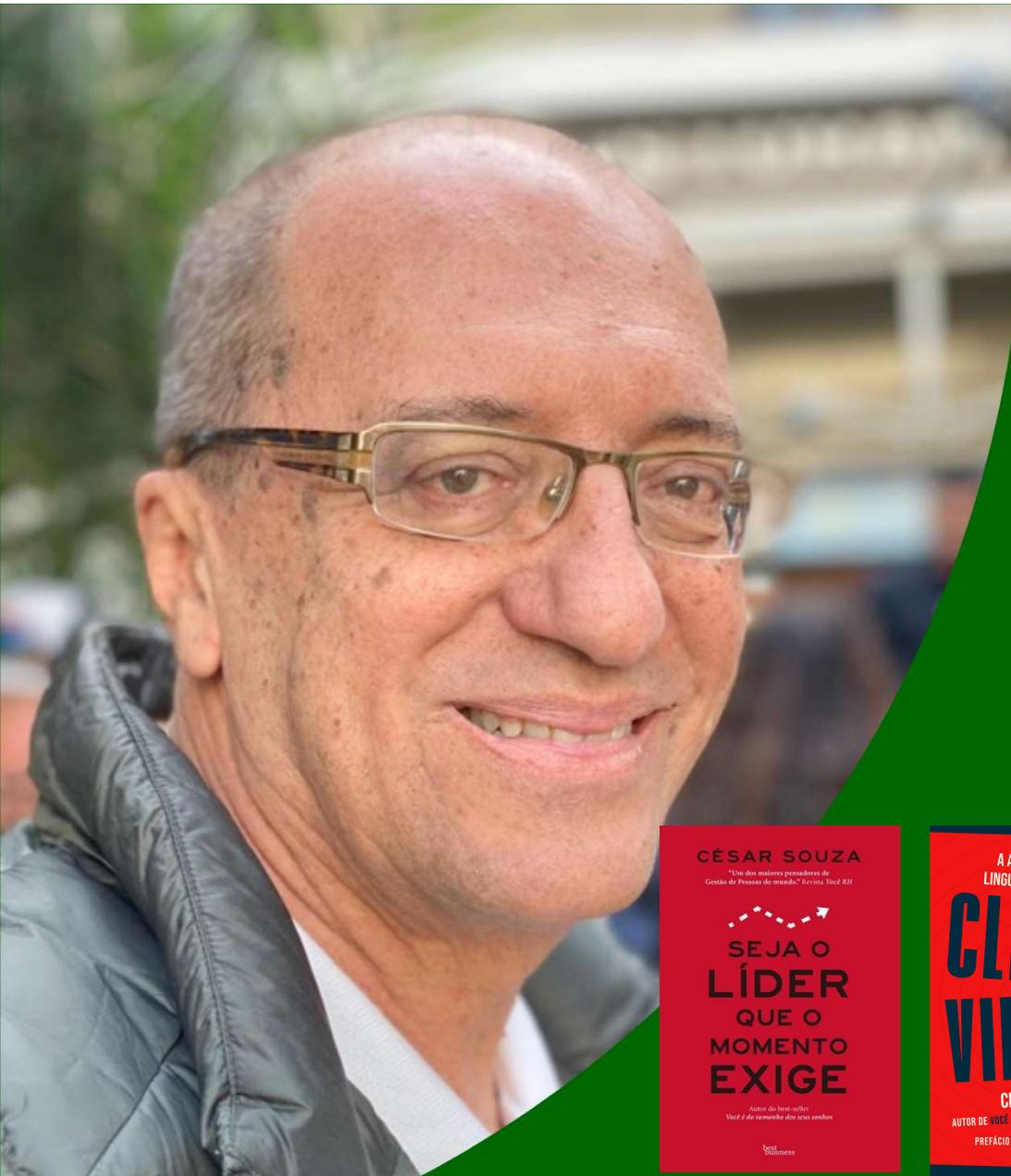
**O SEU CONCORRENTE NÃO ESTÁ NESTA SALA, ESTÁ EM ALGUM PONTO,
LONGE DE VOCÊ, OBSERVANDO PARA SURPREENDER**

AO CONTRARIO DO QUE DIZ O FILME “NÃO OLHE PARA CIMA”



ENTRE 2022 E 2030 OLHE EM TODAS AS DIREÇÕES
OLHE PRA CIMA / PROS LADOS / PRA BAIXO / PRA DENTRO / PRA FORA
MAS...SEM PERDER O FOCO!





MEDO DE OUSAR FECHOU MUITO MAIS EMPRESAS DO QUE A OUSADIA

César Souza

cesarsouza@empreenda.net

11 99449-3599

@cesarsouzaempreenda

