

## CONSUMIDOR OMNICHANNEL NO VAREJO: DESAFIOS DA MODERNIZAÇÃO DO SETOR

*Digitalização e comportamento do cliente são  
pautas do segundo dia de congressos da APAS SHOW*

As compras de consumidores em supermercados por meio de aplicativos e plataformas online vão crescer à medida que o consumidor perceba uma jornada de compra mais próxima da experiência do mundo físico. Essa é uma das conclusões de uma pesquisa apresentada pela Bain & Company durante congresso na APAS Show.

Segundo o sócio do escritório da consultoria em São Paulo, Pedro Ross, há três imperativos para que varejistas possam se beneficiar de estratégias omnichannel: melhorar a jornada de compra do consumidor, apostar na experimentação e investir em ferramentas digitais para encontrar seus clientes online.

A pesquisa apresentada aponta que, ainda que a possibilidade do uso do ambiente digital para compras tenha surgido há 30 anos, o varejo online no setor alimentício ainda é pouco explorado. Apenas 25% dos respondentes eram iniciados no ambiente digital e somente 6% se diziam recorrentes.

Ross destaca que o processo de busca no supermercado físico é muito mais interessante do que no online. Além disso, o consumidor quer a possibilidade de conferir a qualidade dos produtos e considera as taxas online desmotivadoras. Outros problemas citados para a preferência das compras físicas em supermercados são os atrasos na entrega de pedidos online e problemas de usabilidade das plataformas. Ross destaca que o mercado ainda não oferece experiências completas para os consumidores e isso influencia no comportamento de compra.

A pesquisa também mostra que o hábito do comprador no varejo físico é bastante enraizado e se reflete no ambiente digital. “Cerca de 83% dos clientes dizem possuir o hábito de comprar em uma mesma loja fixa. Desse número percentual, 74% pretende continuar comprando no mesmo lugar. No ambiente digital, 96% dos respondentes buscam um player físico e, desse número, 85% prefere que o local em que estão habituados a comprar esteja também no ambiente digital”, diz.

Segundo o consultor, o consumidor online só passará a ser fidelizado quando começar a fazer parte do processo completo no ambiente digital: “No futuro, a experiência online encanta o consumidor do início ao fim. E entregar essa experiência irá fidelizar os clientes no online”.

Ainda no que tange o comportamento dos consumidores, a pesquisa demonstrou que detectar sinais dos consumidores pode ajudar varejistas e fabricantes a anunciar de maneira eficiente. Ainda que seja ofertada uma infinidade de blogs, sites e comparadores



de preço, as maiores fontes de busca ainda são mídias off-line como os panfletos e livros de receita.

Ross aponta para a adaptabilidade dos supermercados em incluir esses serviços digitais em seus aplicativos próprios, como ocorre no exterior: 72% dos respondentes internacionais usam esses aplicativos para encontrar cupons, 47% para criar listas de compra e 38% para comparar preços. “Somente ferramentas que ofertam uma melhor experiência irão superar o tradicional e enraizado”.

A apresentação "Vencendo o consumidor omnichannel" aconteceu no auditório temático “Visões do Futuro – Inspiração”, no segundo dia da APAS SHOW 2019, o maior evento de supermercados do mundo e maior feira de alimentos e bebidas da América Latina. A pesquisa, apresentada por Pedro Ross, abriu o painel de Estratégia e foi anunciada por Luciana Staciarini Batista, também sócia da Bain & Company de São Paulo.

### Sobre a APAS Show 2019

Em 2019, a APAS Show acontece de 06 a 09 de maio no Expo Center Norte, em São Paulo, com a área de exposições ampliada – serão agora cinco pavilhões frente aos quatro até então ocupados, garantindo ainda mais espaço para expositores internacionais, salas de reunião de negócios e atendimento exclusivo ao público estrangeiro.

No Congresso de Gestão Internacional do evento, as mais de 70 palestras girarão em torno da temática “SuperHack: Hackeando o Supermercado” e buscarão proporcionar ao congressista formas de se repensar a maneira de existir do supermercado: reimaginar, reinventar e reconstruir a operação, a gestão, os processos e as tecnologias.

[www.apasshow.com](http://www.apasshow.com)

**Sobre a APAS** – A Associação Paulista de Supermercados representa o setor supermercadista no Estado de São Paulo e busca integrar toda a cadeia de abastecimento. A entidade tem em torno de 1.500 associados, que somam mais de quatro mil lojas.

### Gestão de relações com a mídia APAS Show 2019

Approach Comunicação - 11 3846-5787

João Carlos Godoy - [joao.godoy@approach.com.br](mailto:joao.godoy@approach.com.br) - ramal 31 - 11 9 6916-6753

Ana Claudia Camara - [anaclaudia.camara@approach.com.br](mailto:anaclaudia.camara@approach.com.br) - ramal 71 - 11 9 6318-2165

