

## Espaços do 100% Varejo inspiram lojistas na transformação do PDV para acompanhar o novo comportamento do consumidor

Descomplica Store, ShopDesign e fornecedores de Tecnologia para o Varejo, Arquitetura, Equipamentos e Serviços para lojas oferecem soluções, produtos e serviços que contribuem para o varejo em seu processo de transformação para atender o novo perfil de consumidores, vender mais, aumentar a rentabilidade e fidelizar clientes

Com novo posicionamento, a Francal 2019 criou um conjunto de soluções para oferecer aos lojistas de calçados e acessórios uma inovadora experiência de feira que ultrapassa o networking e a realização de negócios com as marcas expositoras.

Totalmente voltada a proporcionar aos lojistas uma imersão completa no grande universo do varejo e traduzir para o dia a dia das lojas as tendências mais modernas, a Francal traz soluções em tecnologia para o varejo e visual merchandising, gerenciamento de categoria, inspirações, conteúdos e experiências - tudo isto concentrado em um único espaço: o **100% Varejo**.

Neste espaço múltiplo, com 2 mil m<sup>2</sup>, a feira aponta os caminhos do novo varejo para atender ao novo comportamento de compra do consumidor, entrega soluções práticas e fáceis de aplicar nas lojas e conecta os lojistas com os fornecedores necessários para esta transformação. Na prática, isto se dá por conjunto de espaços que oferecem soluções, produtos e serviços que auxiliam o varejo em seu processo de transformação para atender o novo perfil de consumidores, vender mais, aumentar a rentabilidade e fidelizar clientes. Confira:

### **DESCOMPLICA STORE**

A loja da nova geração de consumidores apresenta ideias de como vender mais, servir melhor o consumidor e aumentar a performance e o resultado das lojas. O espaço oferece soluções de fácil aplicação e tecnologias disponíveis que, além de melhorar a jornada de compra dos clientes, reduzem custos e melhoram a eficiência do PDV.

A Descomplica Store foi desenvolvida para mostrar soluções aos principais desafios que o varejo de calçados enfrenta hoje: Visual Merchandising, Gerenciamento de Categoria, Novo Comportamento de Compra e Tecnologia a partir de um conjunto de conceitos:

**Menos é mais: Maior volume de produtos e diversidade gera dispersão e menor engajamento de compra:** Uma loja onde os produtos podem ser facilmente encontrados é uma loja que tem mais chances de vender.

**Valorização e melhor conversão de vendas: A organização de uma vitrine de sucesso:** Pequenas soluções de Visual Merchandising e gerenciamento de categorias podem ser feitas na loja por qualquer funcionário e sem grande investimento.

Sem reduzir muito a variedade de produtos, mas diminuindo a quantidade de modelos iguais e de faixas de preço, além de soluções de Visual Merchandising para valorização dos calçados, é possível criar desejo de compra no consumidor. O uso de uma iluminação mais quente ajuda a criar um ambiente mais aconchegante do que o efeito da luz branca, que torna a loja fria e impessoal.

**O cliente à vontade: Autosserviço no ponto de venda:** Cada vez mais digital, o consumidor realiza sua compra em diversos canais. Ele passa a buscar lojas com autosserviço caso o atendimento não seja feito por profissionais especializados ou muito bem treinados.

O móvel de autosserviço é uma solução simples, barata e que facilita a procura do cliente pela numeração do sapato que ele gostou. Um modelo fica na bancada e os demais tamanhos, guardados dentro das caixas numeradas ao seu alcance. É uma forma de aliviar o estoque e manter os produtos guardados, mas à vista do cliente.

**O novo comportamento do consumidor: Ominichannel já é realidade:** As Guide Shops ou lojas Showroom já são uma realidade para o consumidor da nova geração. O novo consumidor não enxerga mais a separação entre físico e digital, e assim o ambiente do PDV deve oferecer uma experiência digital e integrada aos ambientes virtuais.

Lojas no Brasil e no exterior têm demonstrado o sucesso do “experimental e receber em casa”. A partir de agora, quem define como comprar, onde comprar e forma de entrega não é mais a loja, e sim o consumidor.

**Vitrine Infinita: O comprar digital traduzido no ponto de venda:** Uma tela interativa ajuda a trazer as novidades de produtos, deixando ao alcance do consumidor informações importantes na hora da compra, como, por exemplo, estoque, promoções, combos, formas de pagamento e outras. Elas dão a oportunidade para o consumidor definir como quer comprar e como quer receber.

**Ao alcance das mãos: Impulsione o ticket médio:** Valorizar os produtos sempre foi uma boa pedida para melhorar a venda. Misturar produtos e o local para sentar e experimentar os calçados é uma dica para incrementar as vendas e valorizar os produtos. Enquanto o cliente espera o vendedor buscar seu tamanho, ele tem mais opções ao seu alcance. Colocar bolsas, chinelos, carteiras e itens mais baratos próximo ao cliente ajuda a impulsionar o ticket médio.

**Compra sem fricção: Autosserviço até o final do processo de compra:** O Self Checkout da loja pode diminuir espaço de caixa e de fechamento de vendas, evitando filas demoradas que desanimam o cliente.

**Vendas fora do PDV: Lockers e novo consumo:** O locker é um armário em que o cliente pode retirar sua compra sem necessidade de interagir com loja física. Pode ser instalado dentro da loja, no estacionamento do shopping ou em outros centros de compra. O cliente compra pelo digital e retira o produto de forma rápida e prática.

**QR Code: Tecnologia e informação nas mãos do consumidor:** Dar acesso às especificações dos produtos, disponibilidade em estoque, solicitação de produto para experimentar e pagamento on-line são recursos, entre outros, que o uso de aplicativo no celular e escaneamento do código QR possibilitam ao novo consumidor.

## SHOP DESIGN

Estudos mostram que quando o consumidor se sente “em casa” dentro da loja, compra até 40% mais do que o planejado e registra uma boa impressão para compras futuras. Por isso, o Visual Merchandising vem sendo considerado cada vez mais uma ferramenta poderosa para aumentar as vendas e fidelizar clientes no ponto de venda. Por meio de uma série de elementos –

fachada da loja, vitrines, exposição dos produtos, iluminação, sinalização, sonorização – o visual merchandising melhora a experiência de compra.

Composto por 8 *corners* temáticos assinados por arquitetos especializados em varejo, o Shop Design demonstra, na prática, como deixar a lojas mais aconchegante e atrativa. As instalações exploram a disposição de produtos na arquitetura, vitrine e visual merchandising, e se traduzem em inspiração para os lojistas.

Confira o time de Arquitetos especializados em varejo do Shop Design:

- Alexandre Salles (Estúdio Tarimba)
- Alexandre Valdivia (Alice Wonders)
- Anelise Campoi (Acampoi Arquitetura)
- Carla Marko (MBA - Retail Design).
- Cezar Tente (TR 10 Retail Design)
- José Marton (Marton Estúdio)
- Luciana Vicente (Lu Vicente Arquitetura e Design)
- Tatiana Romero (Romero Lab Design de Varejo)

Junto à exposição, os arquitetos ficam à disposição dos lojistas para oferecer serviços de projetos personalizados e dar orientações sobre os espaços assinados.

## FORNECEDORES

A Franca 2019 conecta os lojistas com os fornecedores de Tecnologia para o Varejo, Equipamentos e Serviços que vão ajudar na transformação de suas lojas. A presença de todas elas reunidas no 100% Varejo facilita o acesso dos lojistas às soluções para modernizar suas lojas, melhorar a experiência de compra do consumidor, aumentar as vendas e fidelizar clientes.

### Tecnologia

São empresas especializadas em recursos que aumentam a inteligência e o faturamento da loja:

- App de compras: **Keepz**
- Soluções Tecnológicas em Big Data, inteligência artificial e comercio digital: **HS&E**
- Soluções de software para projetos de mídia indoor no varejo: **4YouSee**
- Projetos em realidade aumentada, produtos que agregam tecnologias de gamificação, geolocalização e inteligência artificial que permitem novos parâmetros de estudo de comportamento e fidelização de colaboradores e consumidores: **Centésimo**
- Tecnologia e software: **Data System**
- Plataforma digital e-commerce B2B: **Tracta**

- Plataforma para conhecer hábitos dos clientes, contador de fluxo de pessoas, perfil de clientes de varejo e análise de conversão de vendas: **Plugby**
- Marketing Digital: **Trinto**
- Especialista em integração de empresas em marketplaces com foco em serviço: **Hubsales**
- Soluções para e-commerce: **Nuvem Shop**
- Plataforma e-commerce: **JET/GNU**
- Sistema de Operações Logísticas Automatizadas: **Abicalçados/Projeto Sola**
- Implementação de padrões de identificação de produtos, como código de barras e EPC/RFID: **GS1**
- Meio de Pagamento: **Mercado Pago**
- Plataforma de Integração e Gestão de Estoques: **Principia**

## Equipamentos e Serviços

Empresas fornecedoras de modernas soluções para que os lojistas tenham acesso aos produtos e soluções encontrados nos demais espaços do 100% Varejo:

- Mobiliário/Display: **Art' Projeto e Redisplay**
- Mobiliário/Manequins: **Fábrica de Loja**
- Manequins: **Conceito Manequins**
- Iluminação: **Ledwave e Fast Gerenciadora e Construtora**
- Comunicação Visual: **GDCA Indústria e Comércio**
- Marcenaria: **Studio Oficina & Arte**

### FRANCAL 2019 – 51ª Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios

De 3 a 5 de junho de 2019

Horário: das 10h às 19h

Local: Expo Center Norte, São Paulo

Promoção/Organização: Francal Feiras

**Apoio Institucional:** ABICALÇADOS – Associação Brasileira das Indústrias de Calçados; ABLAC – Associação Brasileira de Lojistas de Artefatos e Calçados.

**Informações:** (11) 2226-3100

# FRANCAL 51

51ª FEIRA INTERNACIONAL DA MODA EM CALÇADOS E ACESSÓRIOS

[www.franca.com.br](http://www.franca.com.br) / [www.100porcentovarejo.franca.com.br](http://www.100porcentovarejo.franca.com.br)

Facebook: @feirafranca

Instagram: @feirafranca

Youtube: <https://bit.ly/2JlY2o3>

*Feira de negócios, exclusiva para profissionais do setor. Não é permitida a entrada de menores de 14 anos, mesmo acompanhados.*

*Traslado gratuito entre a estação Portuguesa-Tietê do metrô e o Expo Center Norte e outros pontos da cidade – roteiros: [www.franca.com.br](http://www.franca.com.br)*

## **Mais informações para a imprensa:**

Primeira Página | Assessoria de Comunicação e Eventos

Luiz Carlos Franco / Jota Silvestre

[ppagina@ppagina.com](mailto:ppagina@ppagina.com)

[redacao.jota@ppagina.com](mailto:redacao.jota@ppagina.com)

Telefone (11) 5908-8210

Jornalista Responsável: Luiz Carlos Franco

[ppagina@ppagina.com](mailto:ppagina@ppagina.com)

Junho/2019

