

# RELATÓRIO DA NRF 2017

## MISSÃO CNDL

Caravana CDL São Luís – Sebrae Maranhão



# 106ª NRF BIG SHOW



## O que é?

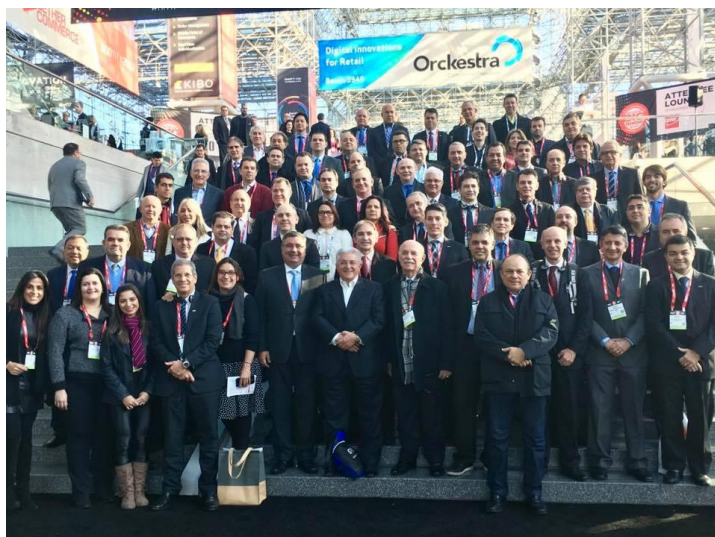
- A National Retail Federation (NRF) é a maior federação de varejo mundial, presente em mais de 45 países, representa quase 4 milhões de estabelecimentos nos EUA.
- A entidade promove, anualmente, o Retail's Big Show, principal evento de varejo do mundo realizado durante quatro dias em NY.
- Em 2017 foi realizada a 106ª edição do evento.

## Por que participar?

- Tradicionalmente a NRF tem visitantes de mais de 80 países diferentes.
- O Brasil participa com caravanas de várias entidades empresariais, e isoladamente, por vários empresários e empresas do varejo.
- A CNDL organiza anualmente uma caravana para promover a imersão dos lojistas nas tendências mundiais da atividade varejista.

## Como é?

- A NRF Big Show contempla feira, com mais de 500 estandes de tecnologia, soluções e inovações para o varejo, e congresso com palestras que abordam temas de extrema importância para o dia-a-dia do varejo.



## Como foi a 106ª NRF 2017?

- Realizada de 14 a 17 de janeiro de 2017, em Nova Iorque (EUA).
- A CNDL formou uma caravana designada “Missão CNDL”, integrada por lideranças lojistas e executivos de FCDLs e CDLs de todo o país. A comitiva da Confederação foi comandada pelo presidente Honório Pinheiro.
- Várias CDLs firmaram parceria com o Sebrae, que viabilizou parte dos custos da viagem, enviando também técnicos do órgão, como contrapartida.



## Apresentação

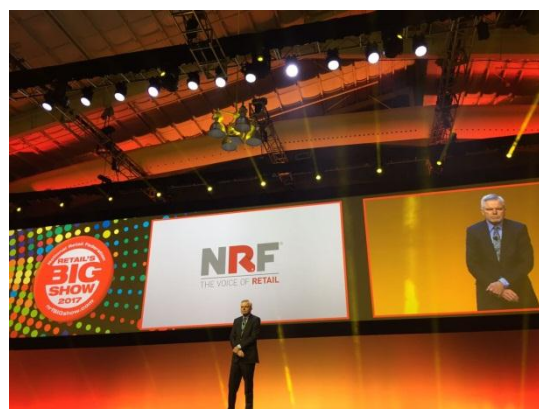
- O grupo brasileiro participou na chegada de um mini evento de boas vindas, com acolhida pelo presidente da CNDL, Honório Pinheiro, que destacou a

importância dos temas centrais da NRF (perfil do novo consumidor, fidelização de clientes e novas tecnologias) para os lojistas brasileiros.

- Na ocasião, o CEO da HSM, Guilherme Soárez, e o professor Luis Lobão, apresentaram a trilha preparada pela HSM Educação Executiva especialmente para a comitiva da CNDL, focada em quatro pilares: aperfeiçoar os processos de gestão, melhorar a experiência de compras, como operar em todos os canais e investimento em conhecer o cliente.
- Destaque: integração do grupo, possibilitando o intercâmbio de experiências.



## O evento



**Palestras:** O principal foco das abordagens da NRF foram as pessoas, tanto o cliente como o colaborador.

## ***Principais temas:***

- **Gestão e Liderança:** As empresas de sucesso precisarão envolver melhor os seus colaboradores e daí extrair melhores resultados de suas equipes.
- **Omnicanalidade:** As empresas precisam estar presentes e serem facilmente encontradas em todos os canais.
- **Conhecer o cliente:** Precisamos obter o máximo de informações dos nossos clientes.
- **Gerar verdadeiras experiências de compras, cuidar do cliente.**



## **INTEGRAÇÃO DO MUNDO REAL COM O DIGITAL**

Representantes de grandes empresas varejistas como Walmart, Macy's e HSni compartilharam suas experiências relacionadas à tecnologia no cotidiano dos negócios. Terry Lundgren, CEO da gigante americana Macy's, ressaltou que é indispensável atrair a próxima geração de profissionais do varejo com foco em desenvolvimento digital. "O mercado digital é o que há de mais certo. Por isso estamos focados nesse segmento e já ocupamos a sexta posição no mercado online nos Estados Unidos".

### **Condutas recomendadas às empresas varejistas:**

- Integração dos serviços prestados online com o que é oferecido nas lojas físicas. É indispensável estimular e manter um relacionamento de excelência nos pontos de venda.
- Proporcionar uma experiência de compra de qualidade seja na loja virtual ou física.



- Investimento permanente na capacitação dos colaboradores e na lealdade do consumidor.
- Ter colaboradores especialistas: pessoas que entendam tudo sobre o produto que está sendo vendido e sejam capazes de encantar o cliente.

## **GLOBALIZAÇÃO/ EXPANSÃO INTERNACIONAL DAS GRANDES MARCAS**

É preciso incorporar as novidades tecnológicas aos produtos e serviços e seguir as tendências mundiais para conquistar novos mercados.

O empresário brasileiro, Artur Grynbaum, CEO do Grupo Boticário, compartilhou sua experiência de como escolher novos países e o comportamento de clientes ao redor do mundo, destacando que é indispensável conquistar o consumidor socialmente consciente.

Alessandra da Costa Morrisson, diretora de recursos humanos da Hering, ressaltou que tornar-se global significa não esquecer sua identidade local.

## **EXPERIÊNCIAS DE SUCESSO**

Richard Branson, CEO do grupo Virgin, compartilhou suas histórias pessoais e experiências no mundo dos negócios. Dono de mais 400 empresas, ele administra os seus negócios e destacou a importância de uma equipe bem qualificada para garantir o sucesso de um empreendimento.

O astronauta norte-americano Scotty Kelly, compartilhou sua experiência de 340 dias a bordo do laboratório orbital, em uma história de superação.

### **Principais conclusões:**

- O empresário precisa criar uma estrutura organizacional focada em conhecer o cliente, gerar relacionamento e, com isso proporcionar melhor comunicação, personalização dos produtos e da relação com o consumidor.

- O cliente está cada vez mais exigente, e os desafios dos vendedores do varejo não mudaram. Tráfego, ticket médio, fidelidade, lealdade, engajamento, taxa de conversão de vendas, continuam sendo ferramentas essenciais de análise.
- Essas estratégias de fidelização do cliente são concretizadas com ferramentas que permitam conhecer, entender o perfil, a idade, as preferências, os horários, a necessidade do cliente. Uma empresa hoje para ser bem sucedida precisa ter de forma rápida e precisa essas informações.
- Informações que são fundamentais:
  - ✓ Quantos clientes entram no estabelecimento e não compram nada?
  - ✓ Quais os horários de maior movimentação?
  - ✓ Quais as áreas mais visitadas?
  - ✓ Qual o fluxo de clientes, diariamente, semanalmente e mensalmente?
  - ✓ Quanto tempo permanece em nossa empresa?
  - ✓ Quanto tempo demora o check-out?
  - ✓ Quais os últimos produtos e serviços consumidos?
- No mercado americano, apesar de 90% das vendas ainda serem concretizadas dentro das lojas físicas, sabe-se que o cliente pesquisou muito o produto na internet, leu resenhas dos compradores, ou seja, encontrou primeiro a loja e o produto virtualmente para decidir pela compra. Disso decorre a importância do Omni Channel: a empresa precisa ser encontrada em toda e qualquer forma de busca pelo cliente, em todas as plataformas que possam leva-lo até ela. Hoje é o cliente que decide quando, onde e como comprará.
- Está cada vez mais indispensável agregar valor a nossa empresa / produtos; por isso, a visita/compra deve ser um momento mágico, especial. Vender valor, não preço.
- Muitas empresas estão projetando seus espaços para que o cliente se sinta tão à vontade de frequentar a empresa, quer seja conhecendo novos produtos, quer seja trocando experiências com vendedores ou outros clientes, manter as conexões humanas, o relacionamento.

- A venda deixa de ser essencialmente necessária. É preciso superar o paradigma de vender agora, e sim criar estratégias para fazer com que o cliente frequente a empresa, volte no futuro. O cliente precisa ser um fã da empresa/marca, um entusiasta, um divulgador do produto, a exemplo da Harley, Apple, Nike.



## ATIVIDADES PARALELAS

A comitiva da CNDL realizou uma visita guiada à feira de tecnologia e vendas, que teve mais de 500 expositores, e o grupo pode conhecer as inovações de grandes marcas como IBM, Samsung e JDA.

## ENCERRAMENTO

A CNDL e a HSM realizaram um workshop de encerramento da missão na 106ª edição da NRF.



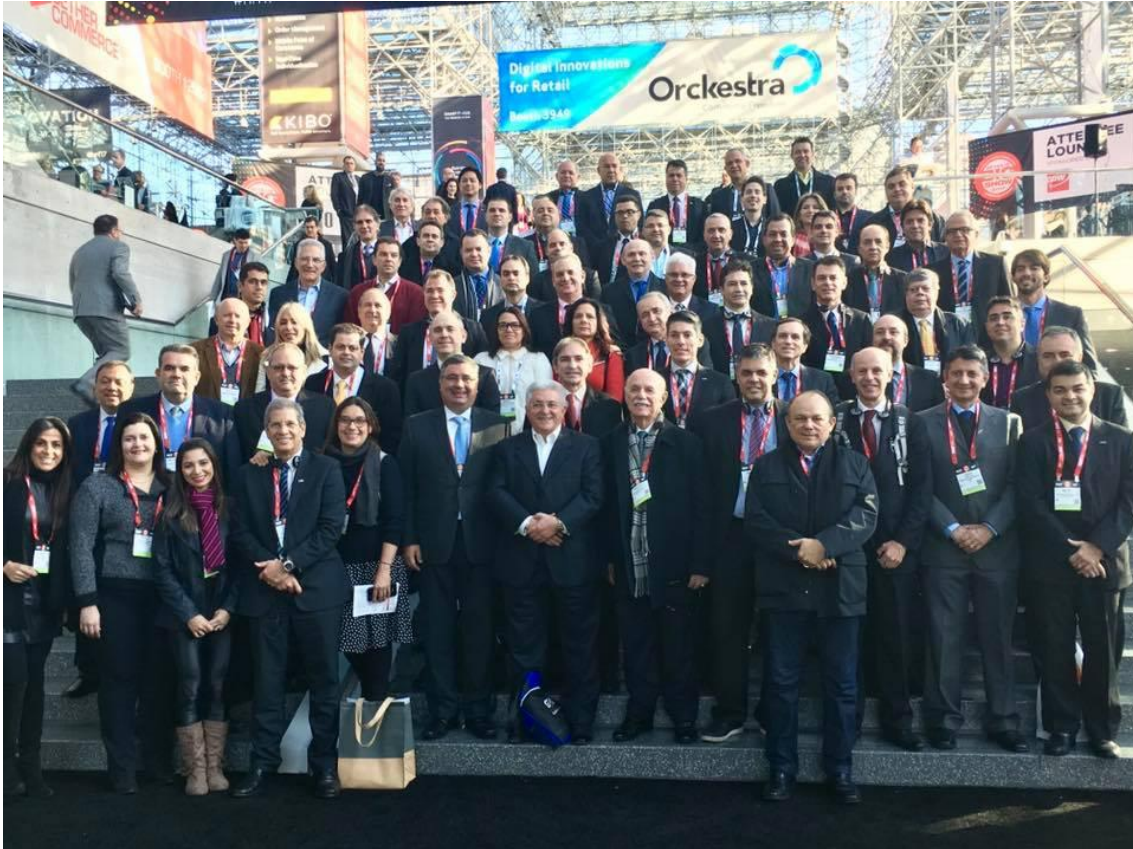
Especialistas da HSM apresentaram aos brasileiros dicas de como adaptar o conteúdo apresentado durante a NRF à realidade do varejo nacional.

O grupo pode debater os principais conceitos e temas tratados no evento, os elementos para implementação das novas ideias e as dificuldades que podem ser encontradas ao longo do caminho, ressaltando a importância de construir negócios com diferencial competitivo.



## 106ª NRF EM NÚMEROS

- Maior evento do varejo mundial
- Realizado há mais de 100 anos
- Mais de 30 mil participantes
- 300 especialistas do varejo mundialmente conhecidos em palestras disputadíssimas, com longas filas, auditórios lotados.
- 500 estandes na feira de tecnologia e vendas
- Em 2017, a novidade foi a transmissão ao vivo pelo Youtube de algumas das principais palestras.



## **DELEGAÇÃO MARANHENSE**

Diretores da CDL São Luís que participaram da 106ª edição da NRF Big Show: o presidente Fábio Ribeiro e os diretores Abner Noronha, Daniel Albuquerque Filho, Marcelo Rezende, Humberto Mota e Marcelo Brasil integraram a delegação da CNDL.

## **MULTIPLICADORES DE INFORMAÇÃO**

A organização do evento disponibilizou vários vídeos com as palestras, que podem ser acessados no site: <http://nrfbigshow.nrf.com/videos>