

Lojas médias que fazem sucesso

Nas Visitas Técnicas a lojas, em Las Vegas e Phoenix, nos Estados Unidos, dezenas de supermercadistas e fornecedores da Comitiva Abras puderam apreciar casos de sucesso. Confirmam alguns exemplos

Organizar visitas técnicas que tragam bom “benchmarking”, ou seja, reúnam exemplos práticos que conduzam o profissional participante a maximizar seu desempenho empresarial, requer boa experiência, que a Abras traz ao longo dos anos ao chegar à 30ª Viagem Técnica Internacional ao FMI Show. “No planejamento da viagem procuramos aliar conhecimento e cultura”, resume o superintendente da Abras e coordenador geral da comitativa, Tiaraju Pires. O dirigente lembra que a Abras, além de realizar, por meio de sua área internacional, inúmeras viagens técnicas pelo mundo, em diferentes países, da França à China, sempre procura passar todo o conhecimento adquirido para o setor no Brasil, por

meio de *SuperHiper* e de seminários técnicos, os Supermeetings.

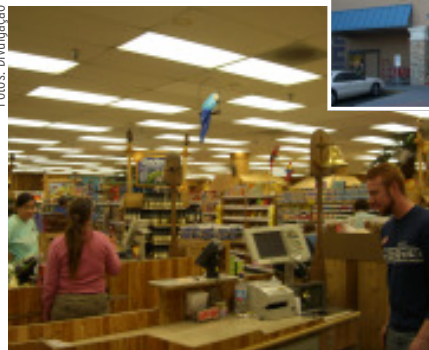
Este ano as lojas previamente selecionadas pelo especialista em varejo e consultor da Abras, Antônio Carlos Ascar, nas cidades de Las Vegas, um dos maiores centros de entretenimento dos Estados Unidos, e Phoenix, a quinta maior cidade do país, escolhida como extensão da viagem ao FMI, foram: Fresh & Easy, Trader Joe’s, Smart & Final, Sprout’s, AJ’s, Wal-Mart Neighborhood, entre outras. “O objetivo foi oferecer uma visão de vários formatos de loja”, diz Tiaraju.

Nesta seleção, você vai conhecer quatro casos que chamaram a atenção dos integrantes da Comitativa Abras (*A seleção completa será disponibilizada, em breve, no CD Multimídia do evento.*)

Trader Joe’s: A loja mais irreverente e inovadora

O Trader Joe’s é a 19ª rede de supermercados dos Estados Unidos, com 250 lojas espalhadas por 22 estados e faturamento de 4,4 bilhões de dólares por ano. Ascar diz que é “a estrela das redes alternativas americanas”, porque por lá se encontram várias experiências inusitadas de varejo. O Trader Joe’s é muito diferente, com lojas temáticas que têm área de vendas próximas de 1,5 mil metros quadrados. O ponto-chave da sua per-

Fotos: Divulgação

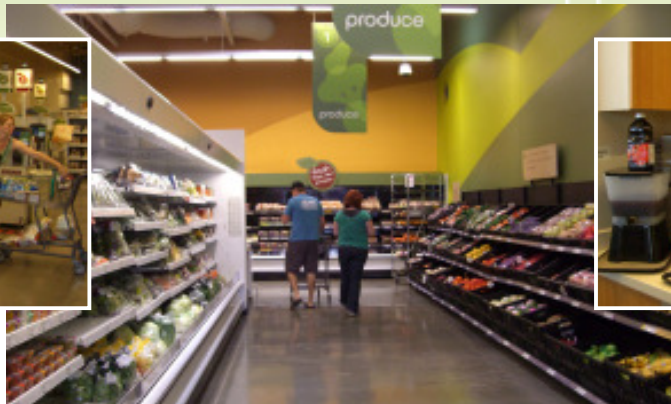


Trader Joe’s: Atendimento personalizado inclui operador de caixa em pé e sorridente servindo aos clientes

Fresh & Easy: Uma loja prática para comprar



Self-checkout: cliente passa produtos e paga sozinho. Só pede atendimento quando necessário



Degustação contínua na loja: diferencial para uma loja moderna e automatizada como essa

Com o novo formato de loja da rede inglesa Tesco, a Fresh & Easy está presente no mundo com 3,3 mil unidades e fatura mais de 80 bilhões de dólares por ano. Esse formato foi muito bem planejado pela Tesco, que chegou a enviar seus funcionários para morar um ano nos Estados Unidos e conhecer os hábitos de consumo locais, para poder prepará-los.

Trata-se de uma loja de vizinhança extremamente padronizada em termos de layout, mobiliário e comunicação visual, com cerca de 900 metros quadrados de área de venda e mix composto por 4 mil itens, em média.

O foco é ser loja de vizinhança, com a oferta de itens de mercearia e comidas prontas e



Modelo funciona com pouco pessoal. Nessa loja, só oito funcionários

frescas com preços baixos.

“No mercado americano, é um dos casos mais interessantes e polêmicos do momento, porque enquanto muitos dizem que a Tesco ainda não acertou seu modelo, a companhia se diz contente e vitoriosa com os resultados de vendas”, diz Antônio Carlos Ascar.

“O apelo mercadológico do Fresh and Easy reúne três características básicas:

- Ser a melhor experiência de compra.
- Ser um bom vizinho.
- Ser um ótimo lugar para trabalhar.

Pelo que vimos, apesar de a loja parecer fria, a Fresh & Easy pode não ter acertado em tudo, mas tem uma boa fórmula para trabalhar e diz que está tendo sucesso”, analisa.



Mix inclui muitos itens de marca própria

sonalidade está no atendimento especial, oferecido por uma equipe de loja muito bem treinada. “Eles transmitem aos clientes o espírito da loja, encantador e convidativo”, diz Ascar. Moderna loja de vizinhança, com layout inovador e muita personalidade, o Trader Joe’s oferece valor e uma boa linha de produtos, mesmo com sortimento limitado. “Essas lojas têm charme, foco, alegria e alto astral.” Um dos pontos fortes das lojas da rede é sua linha de marca própria, que, assim como o seu mix, tem qualidade superior.

Smart & Final: Um atacado conveniente

“Vale a pena conhecer essa rede atacadista do Oeste dos Estados Unidos, que opera com lojas de 1,6 mil metros quadrados de área de vendas”, recomenda o consultor de varejo da Abras. Trata-se de um Warehouse, um atacado de conveniência criado especialmente para áreas urbanas e que compete diretamente com supermercados.



Congelados são destaque...



Modelo disputa com supermercados

O Smart & Final é a 35ª rede dos Estados Unidos, com 240 lojas e faturamento anual de 1,7 bilhão de dólares.

O foco deste atacado é atender os pequenos negócios (restaurantes, mercearias, etc.) e abastecer famílias com volumes maiores. Para tanto, trabalha com embalagens múltiplas e grandes (*confira nas fotos*).



... mas o mix é composto principalmente de grandes embalagens de itens de mercearia e limpeza



Formato pode ser aplicado no Brasil

Sprout's: loja com cara de fazenda

A Sprout's Farmers Market é uma rede que brotou nos estados de Arizona, Califórnia e Texas e se espalha rapidamente pelos Estados Unidos. Seu diferencial é adquirir de produtores locais produtos frescos e de muita qualidade e entregá-los aos consumidores como se fosse uma loja de fazenda. Na verdade, é um supermercado focado em perecíveis.

A loja, com 1,7 mil metros quadrados de área de vendas, em média, tem ampla linha de vitaminas e complementos (centenas de itens)

e destacada área de mercearia e perecíveis, como carnes, pescados, queijos e grãos, com destaque para os itens orgânicos.

O atendimento é muito atencioso, com funcionários bem treinados (inclusive com conhecimento específico de nutrição, por exemplo), que se posicionam sempre de forma educada e pessoal. Essa característica dá um clima caseiro à loja, que tem comunicação visual alegre e divertida.

O Sprout's (alfafa, em inglês) procura integrar com sua comunidade, oferecendo cursos voltados para a saúde e bem estar, livros especializados, seminários, etc.



Loja ampla e com comunicação visual agradável



Perecíveis são destaque