

 Manhattan

 Google Cloud

 ZEBRA

# 2024 Unified Commerce Benchmark - LATAM

Edição Brasil

 INCISIV

Guia do Brasil

# 2024 Unified Commerce Benchmark

01

Perspectivas do  
mercado

03

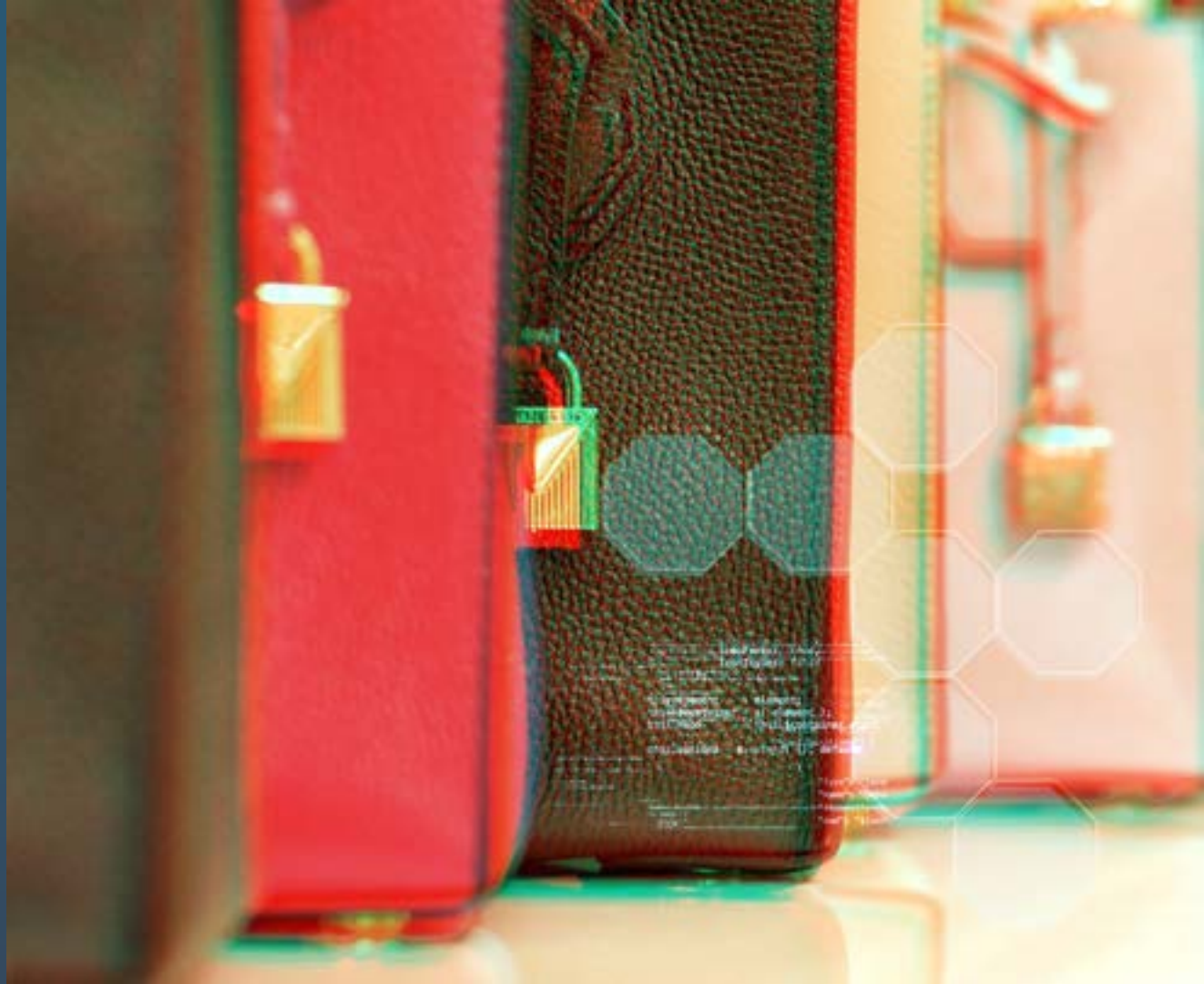
Análises Detalhadas  
de Áreas de  
Capacidade

02

Unified Commerce  
Benchmark

2024 Unified Commerce  
Benchmark  
Guia doBrasil

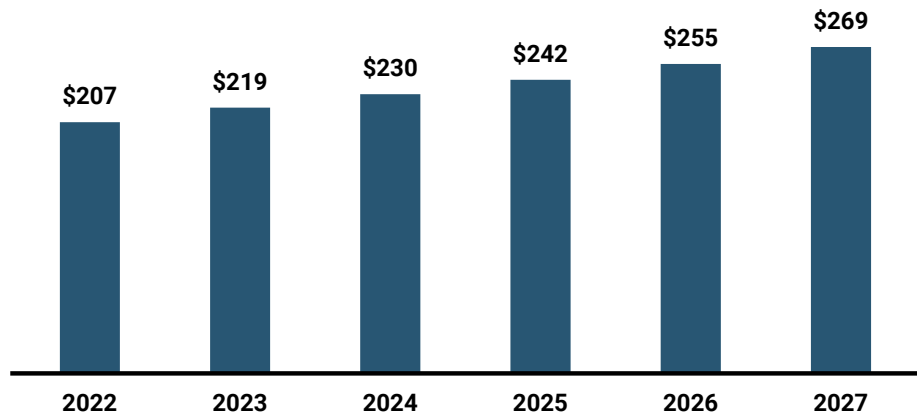
# Perspectivas do mercado



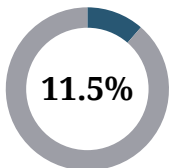
## Perspectivas do mercado

As vendas no varejo especializado no Brasil estão projetadas para crescer a uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de aproximadamente 5,4% (2022-2027), alcançando um tamanho de mercado de US\$ 269 bilhões em 2027, em comparação com US\$ 207 bilhões em 2022. O crescimento é impulsionado pelos segmentos de Vestuário, Decoração & DIY (faça você mesmo) e Artigos de Luxo.

Marcas de varejo especializado em subsegmentos como Vestuário & Calçados, Decoração & DIY e Artigos de Luxo estão fazendo investimentos significativos para fortalecer seus recursos digitais de engajamento do cliente, visibilidade de estoque de pedidos, fulfillment, práticas sustentáveis e experiências de compra personalizadas, tanto online quanto em lojas físicas.

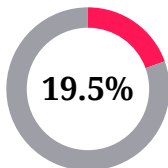


Total de Vendas de Itens Segmentados (em bilhões de dólares) no Brasil

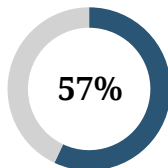


Brasil

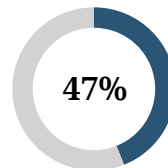
CAGR (2022-2028) projetado para o e-commerce especializado no Brasil e LATAM.



LATAM



das vendas de e-commerce são do Brasil.



dos compradores do Brasil utilizam dispositivos móveis para procurar produtos enquanto estão na loja física.



**2 em 4**

compradores não irão comprar produtos de marcas que não ofereçam uma experiência omnicanal.

## Perspectivas do mercado

### Digital é o padrão.

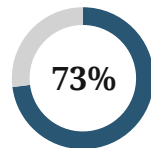
Os consumidores estão cada vez mais recorrendo a plataformas digitais para se inspirarem, compararem produtos e realizarem compras em todos os segmentos de varejo especializado. A integração perfeita entre experiências digitais e físicas é de grande importância, já que os compradores buscam ativamente interações personalizadas com as marcas em todas as etapas de sua jornada de compras.

### A conveniência é uma commodity.

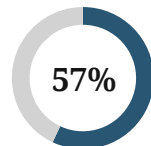
À medida que a conveniência se torna um fator-chave no varejo especializado, as marcas devem ir além da entrega rápida e oferecer uma experiência de ponta a ponta sem complicações. Elas devem redefinir as expectativas dos consumidores, oferecendo recursos e serviços digitais diferenciados que atendam às suas diversas necessidades e preferências. Isso pode ser alcançado com o equilíbrio certo entre um autoatendimento eficiente e um toque humano empático.

### A virtude é uma marca.

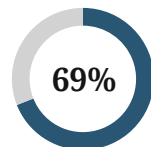
Os consumidores especializados de hoje estão cada vez mais conscientes do impacto que suas escolhas têm sobre o meio ambiente e a sociedade. Eles esperam que as marcas demonstrem compromisso com a sustentabilidade, práticas éticas e equidade social.



dos compradores no Brasil utilizam dispositivos móveis para compras online.



dos compradores no Brasil consideram baixos custos de entrega e entrega gratuita o fator mais importante em suas compras online.



dos compradores no Brasil indicaram uma preferência por produtos condicionados em uma embalagem sustentável.

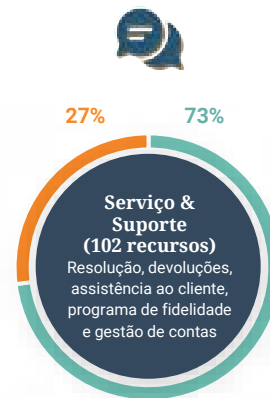
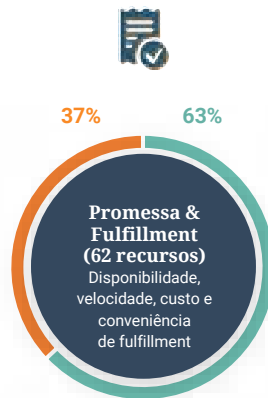
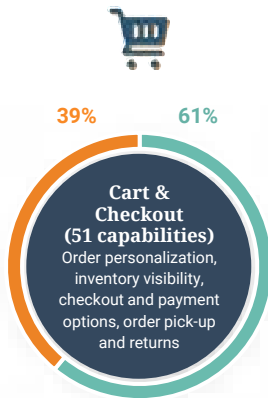


2024 Unified Commerce Benchmark  
Guia do Brasil

# Unified Commerce Benchmark: Visão Geral



# Index: 2024 Unified Commerce Benchmark



ED: % Experiências Diferenciadoras, TS: % Experiências Table Stakes

Este guia do Brasil é baseado em insights do estudo 2024 Unified Commerce Benchmark LATAM e em uma pesquisa executiva com compradores da Incisiv, além de dados agregados de varejistas que foram avaliados como parte do benchmark

[Saiba mais sobre o Index aqui.](#)

**35**

varejistas avaliados em múltiplos segmentos especializados.

**19**

varejistas brasileiros escolhidos entre 35 para insights selecionados neste guia.

**290+**

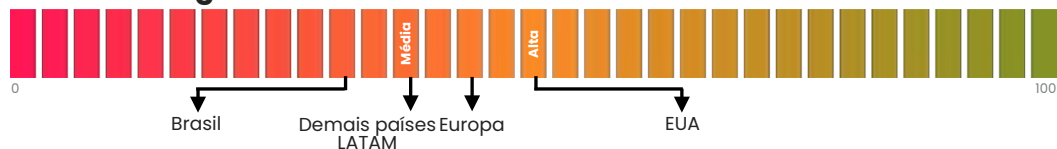
capacidades de experiência do cliente avaliadas tanto em segmentos de concorrentes quanto no setor.

## Maturidade do país

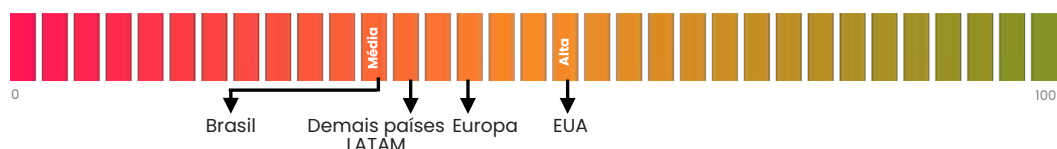
Os varejistas especializados no Brasil têm uma Maturidade Geral de Comércio Unificado mais baixa em comparação com a média de LATAM. As principais observações e recomendações incluem:

- **Aproveitar os pontos fortes:** Concentrar-se em aprimorar a Busca & Descoberta, já que a maturidade desse recurso está em nível semelhante à média do setor em LATAM. Simplificar o processo de busca, melhorando a buscabilidade de produtos, a visibilidade do estoque, a personalização e as iniciativas de sustentabilidade.
- **Transformar a Promessa & Fulfillment:** Área com a menor maturidade. Os varejistas devem priorizar a eficiência operacional, oferecendo opções avançadas de fulfillment e adotando recursos de autoatendimento flexíveis e opções de entrega rápida.
- **Atualizar Serviço & Suporte e Carrinho & Checkout:** Os varejistas no Brasil precisam se concentrar em melhorar o atendimento ao cliente e oferecer suporte personalizado por meio do equilíbrio certo entre autoatendimento eficiente e um toque humano empático. Eles devem simplificar o processo de checkout e oferecer recursos como opções de pagamento aprimoradas e serviços inovadores, como reciclagem, aluguel, troca, etc.

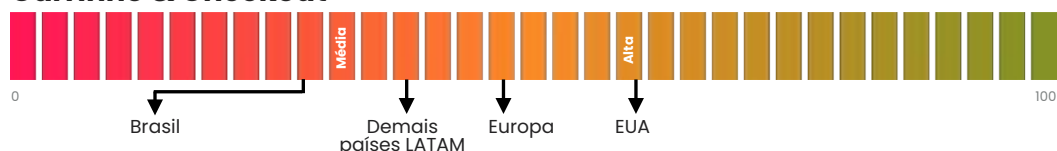
## Maturidade geral



## Busca & Descoberta



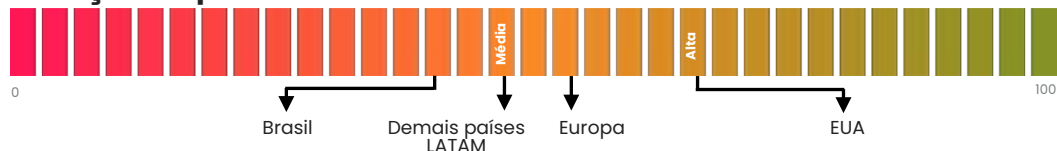
## Carrinho & Checkout



## Promessa & Fulfillment



## Serviço & Suporte







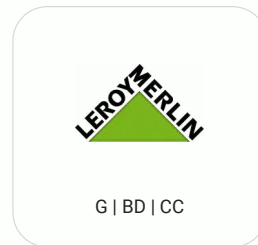
## Líderes do Brasil

A Incisiv reconhece estas 4 marcas como Líderes no 2024 Unified Commerce Index em todas as categorias de classificação aplicáveis.

O Index inclui uma classificação completa abrangendo 35 varejistas em vários segmentos de varejo especializado. As classificações são fornecidas tanto no nível geral quanto no nível de áreas de capacidade.

[Saiba mais.](#)

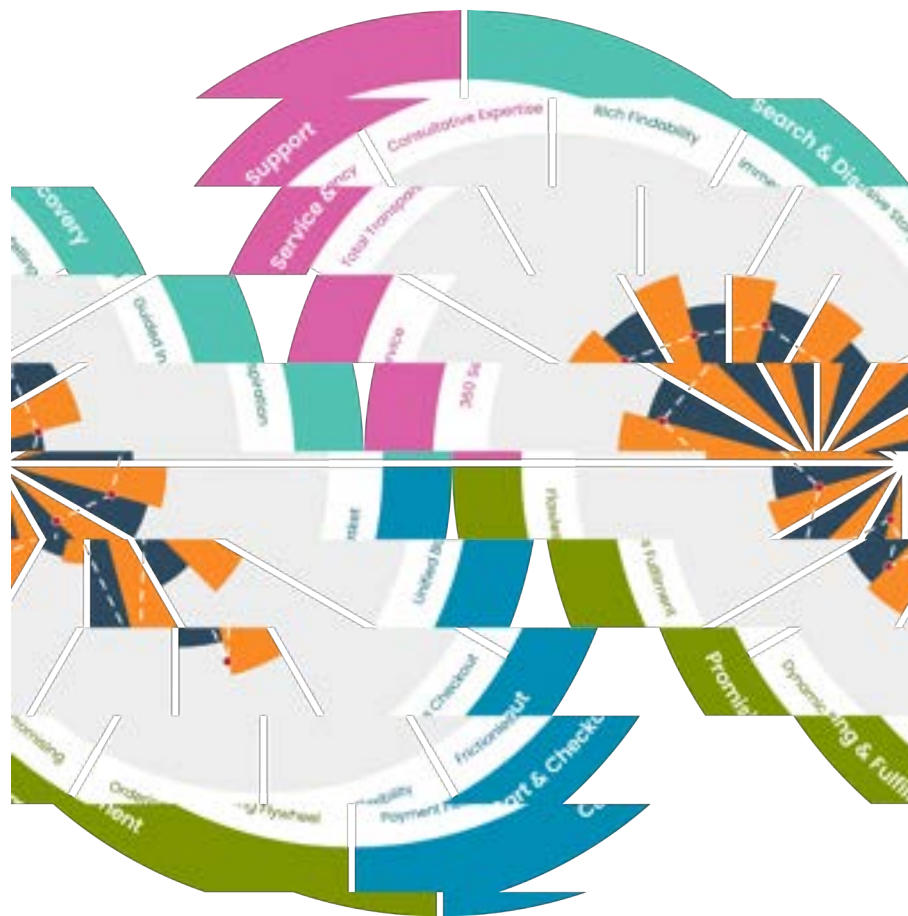
Varejistas brasileiros reconhecidos como Líderes, em ordem alfabética



**G** = Geral  
**BD** = Busca & Descoberta  
**CC** = Carrinho & Checkout  
**PF** = Promessa & Fulfillment  
**SS** = Serviço & Suporte

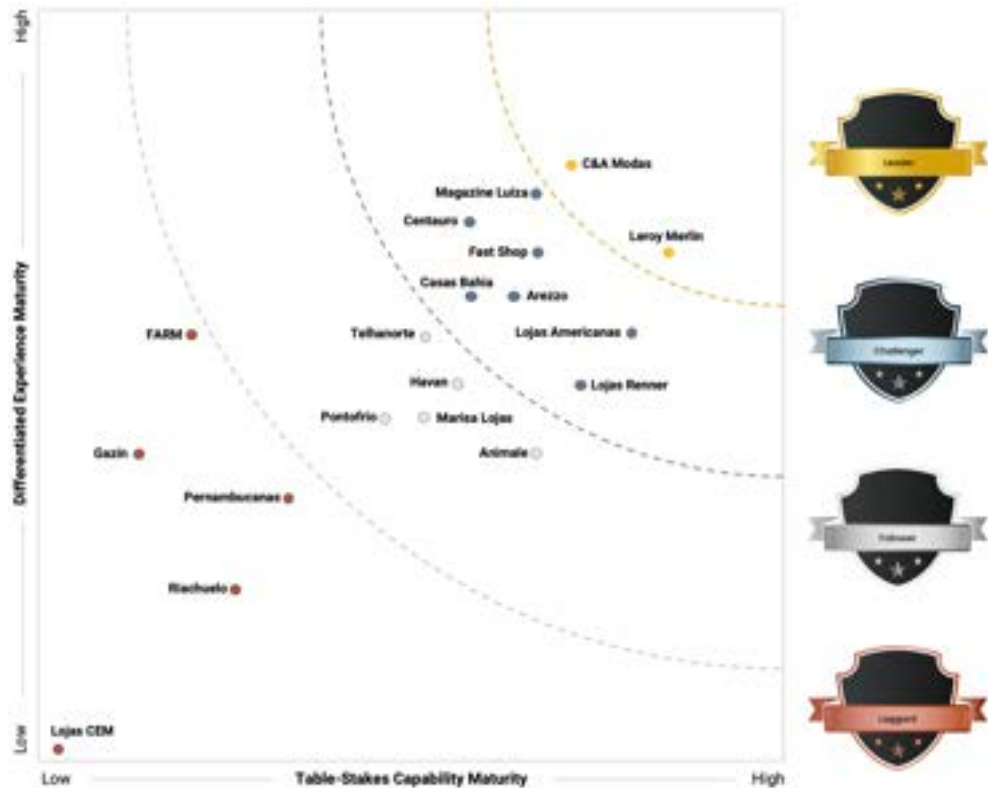
# Capacidade de Comércio Unificado: Brasil vs EUA & Europa

O desempenho relativo do Brasil está abaixo da média do setor em todas as áreas: Busca & Descoberta, Carrinho & Checkout, Promessa & Fulfillment e capacidades de Serviço.



● EUA      ● Europa      ● Brasil

# Index de Maturidade



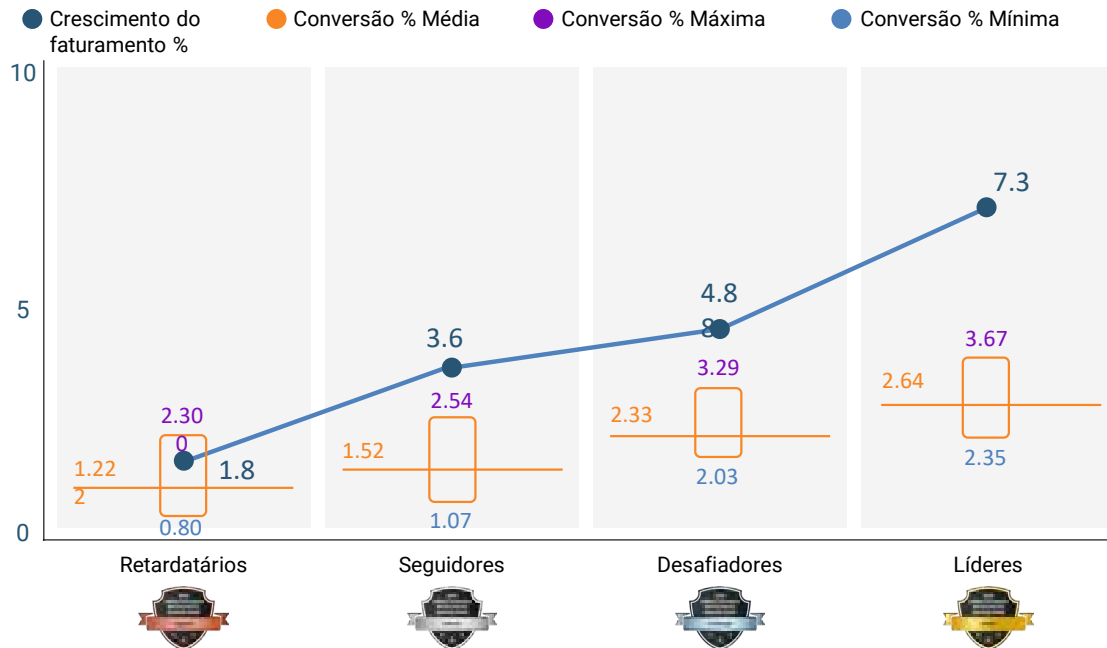
## Sobre o Index de Maturidade do 2024 Unified Commerce

O Index de Maturidade ilustra o desempenho relativo dos varejistas do Brasil avaliados como parte do Unified Commerce Benchmark for Specialty Retail.

O desempenho é baseado em avaliações na loja e em meio digital, conduzidas no quarto trimestre de 2023, baseadas em uma [metodologia detalhada de benchmark](#).

# O faturamento dos líderes de Comércio Unificado é de 2 a 3 vezes maior do que o dos não-líderes

Taxa de crescimento médio de faturamento e conversão dos varejistas por categoria avaliada



Um varejista especializado atualmente classificado como Desafiador poderia ganhar cerca de 25 milhões de dólares por bilhão de dólares em receita anual ao melhorar sua maturidade em Comércio Unificado para Líder.

2024 Unified Commerce Benchmark  
Guia do Brasil

# Busca & Descoberta



# Por que isso importa.

A categoria Busca & Descoberta envolve a criação de experiências de compra personalizadas com base na intenção dos compradores. Se eles estão procurando um item específico, um item para uma ocasião, explorando uma nova marca ou apenas buscando inspiração, é essencial que o varejista reconheça essa intenção e personalize a buscabilidade dos produtos para tornar a jornada do cliente mais fluida.

### 50% dos compradores

no Brasil valorizam a sustentabilidade e preferem comprar com marcas que priorizam o cuidado ambiental.

### 46% dos compradores

preferem checar a disponibilidade dos produtos antes de ir a uma loja tradicional.

### 49% dos compradores

no Brasil preferem receber recomendações personalizadas de produtos baseadas em seus padrões de compra.

# O que os líderes fazem bem.

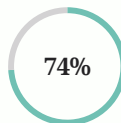
Os líderes se destacam na categoria Busca & Descoberta ao priorizar capacidades como o aprimoramento da visibilidade de estoque, personalização e sustentabilidade. Eles promovem ativamente práticas ESG, status de disponibilidade de produtos em tempo real nas Páginas de Exibição de Produtos (PDP) e oferecem recomendações personalizadas e notificações de reposição.

Experiência Nuançada e Profunda	Brasil	Demais países LATAM	Média Europa	Média EUA
Status de disponibilidade do produto na PDP	79%	56%	81%	94%
Práticas ESG e iniciativas sustentáveis	58%	53%	87%	79%
Recomendações personalizadas de produtos	53%	44%	54%	86%
Notificações de reposição para produtos fora de estoque	32%	19%	44%	40%

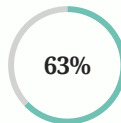


# Capacidades de destaque.

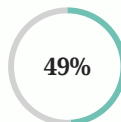
Varejistas especializados no Brasil oferecem recomendações de produtos específicas para categorias na Busca & Descoberta, bem como mecanismos detalhados de feedback, incluindo avaliações agregadas e por atributos dos produtos. Além disso, recursos avançados de visibilidade de produtos, como disponibilidade em tempo real, juntamente com notificações de reposição para itens fora de estoque, aprimoram ainda mais a experiência de compra.



74% Recomendações específicas de produtos por categoria na página de exibição do produto (PDP)



63% Feedback detalhado: avaliações agregadas e individuais dos produtos



49% Visibilidade avançada de produtos: visualizar a disponibilidade do produto online e em lojas específicas, notificações de reposição para itens fora de estoque

# Oportunidades de melhoria.

Varejistas especializados no Brasil podem aprimorar ainda mais a experiência de Busca & Descoberta implementando a experiência de "corredor infinito" com visibilidade de estoque em tempo real e destacando produtos e práticas sustentáveis, tanto online quanto nas lojas físicas. Aumentar a transparência através de uma seção dedicada de perguntas e respostas para produtos e ofertas de produtos em conjunto promove maior engajamento do cliente e enriquece a experiência de descoberta.



26% Experiência de "corredor infinito" com visibilidade de estoque em tempo real (por exemplo, "X unidades restantes em estoque") - tanto online quanto nas lojas físicas



21% Destaque para produtos sustentáveis/ecologicamente corretos online e na loja



21% Transparência aprimorada com uma seção de perguntas e respostas para produtos e ofertas de produtos em conjunto (sugestão de compra do look/conjunto)

## Destaque: Sinfonia do Comprador

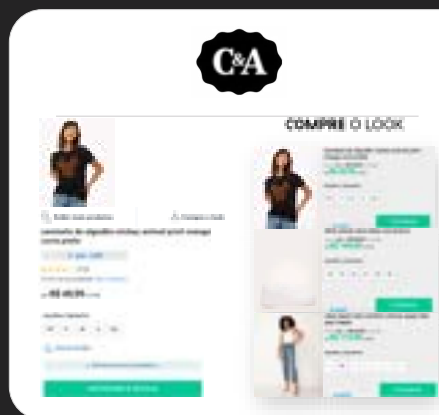
Líderes do varejo priorizam a criação de uma experiência de compra excepcional por meio de estratégias eficazes de merchandising, transparência no estoque de produtos, experiências de compra virtuais, práticas sustentáveis e conexões personalizadas, tanto nas lojas físicas quanto online. Essa abordagem aprimora a jornada de compra, empoderando os clientes a tomarem decisões informadas.



### Visibilidade de estoque em tempo real para uma compra simplificada

46% dos compradores verificam a disponibilidade do estoque online antes de fazer uma compra, e 38% fazem isso antes de visitar uma loja, destacando o papel vital da visibilidade do estoque em tempo real. Isso não apenas aumenta a transparência durante o processo de busca, mas também simplifica significativamente a descoberta de produtos.

A **Leroy Merlin** oferece visibilidade do estoque de produtos disponíveis online e em lojas físicas individuais.



### Ofertas de produtos agrupados para uma experiência de compra aprimorada

91% dos compradores tendem a preferir marcas que oferecem ofertas e recomendações relevantes. Com as preferências dos consumidores em constante mudança, fornecer sugestões personalizadas, como ofertas de produtos agrupados, não só promove uma experiência de compra fluida, mas também aumenta o valor médio do pedido (AOV).

A **C&A** permite que os compradores vejam sugestões de produtos agrupados, recomendando com quais itens um produto específico pode ser combinado, simplificando o processo de busca.

2024 Unified Commerce Benchmark  
Guia do Brasil

# Carrinho & Checkout



## Carrinho & Checkout

# Por que isso importa.

A categoria Carrinho & Checkout abrange os recursos e experiências que os varejistas oferecem para ajudar os compradores a tomarem decisões de compra informadas. Para facilitar uma jornada suave desde a seleção do produto até a conclusão bem-sucedida da compra, garantir uma experiência de compra sem interrupções é fundamental, especialmente quando os compradores alternam entre vários canais.

### 65% dos compradores

no Brasil preferem utilizar cupons de desconto e promoções enquanto fazem compras online.

### 51% dos compradores

dizem que o checkout é a principal área na qual os varejistas precisam focar em melhorias na experiência de loja.

### 87% dos compradores

no Brasil pretendem usar o Pix como método de pagamento digital.

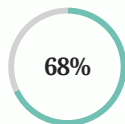
# O que os líderes fazem bem.

Os líderes estão transformando a experiência de Carrinho & Checkout ao oferecer a opção "compre agora, pague depois", possibilitar a aplicação fácil de códigos promocionais no checkout, facilitar métodos de pagamento mistos para pedidos únicos e permitir flexibilidade na movimentação de itens entre o carrinho e a lista de desejos. Esses recursos versáteis aprimoram significativamente a conveniência e a facilidade do processo de checkout.

Experiência Nuançada e Profunda	Brasil	Demais paísesLATAM	Média Europa	Média EUA
Aplicação de códigos promocionais no checkout	89%	69%	79%	87%
Opção "compre agora, pague depois"	89%	50%	69%	84%
Combinação de métodos de pagamentos diversos para o mesmo pedido	53%	38%	37%	42%
Capacidade de mover itens do carrinho para a lista de desejos e vice-versa	42%	13%	54%	69%

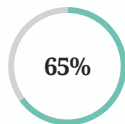
# Capacidades de destaque.

Varejistas especializados no Brasil se destacam no processo de checkout ao oferecer opções de pagamento flexíveis, como cartões-presente, pagamentos diferidos e opções de pagamento misto para o mesmo pedido. A experiência de checkout é ainda mais aprimorada com a aplicação integrada de códigos promocionais e permitindo que os compradores acessem seus carrinhos em vários dispositivos.



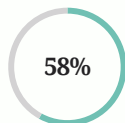
68%

Capacidade de acessar o carrinho criado em vários dispositivos



65%

Pagamentos flexíveis: cartão-presente, pagamento diferido e combinação de opções de pagamento misto para o mesmo pedido



58%

Visualizar e aplicar códigos promocionais no checkout

# Oportunidades de melhoria.

Varejistas especializados no Brasil podem melhorar a experiência de checkout implementando opções de finalização de compra acelerada e expandindo as opções de pagamento para incluir métodos populares como PayPal, carteiras digitais ou links de pagamento. Explorar novos serviços inovadores e modelos de negócios, como programas de troca ou opções de pré-venda, atende às diversas preferências dos clientes e adiciona conveniência.



25%

Opções de pagamento expandido: PayPal, carteiras digitais ou via links de pagamento



16%

Opções de checkout acelerado (um passo e guest)



11%

Novos serviços e modelos de negócios inovadores: programas de troca, pré-venda, etc.

## Carrinho & Checkout

# Destaque: Checkout Otimizado

Os varejistas devem integrar perfeitamente as experiências offline e online para aumentar a satisfação do cliente. Varejistas líderes estão avançando na criação de uma visão unificada dos carrinhos dos compradores, promovendo a revenda e reciclagem de itens antigos, oferecendo opções avançadas de pedidos e proporcionando opções de pagamento flexíveis para fortalecer os relacionamentos com os clientes.



## Aprimorando a conveniência com opções de pagamento abrangentes

58% dos compradores abandonariam uma compra se o processo de checkout fosse complexo. Oferecer uma variedade de opções de pagamento simplifica a experiência de compra, facilitando transações rápidas e imediatas. Além disso, permitir que os clientes utilizem múltiplos métodos de pagamento melhora o processo de finalização de compra, garantindo pagamentos seguros e sem esforço.

A **C&A** aprimora o conforto do comprador permitindo pagamentos via carteira digital de ciclo fechado e QR code, além de pagamentos com cartão e outros métodos.

## americanas

**Pré-venda**  
Adquirir um produto em pré-venda permite reservar antecipadamente um item que terá grande procura à época do lançamento.  
Na data do lançamento, os produtos em pré-venda chegam aos nossos centros de distribuição. O prazo para entrega começa a contar a partir desse momento.\*  
O valor dos pedidos pagos com cartão de crédito só será enviado à administradora do cartão na data de lançamento do produto.  
\*O prazo pode ser alterado caso ocorra um atraso na entrega do produto pelo fornecedor.

## Pré-venda de produtos recém-lançados ou fora de estoque

A pré-venda de produtos não só garante a disponibilidade dos produtos, como também minimiza o desperdício e otimiza os recursos, criando um ecossistema de varejo mais sustentável e eficiente. Além disso, ajuda os varejistas a gerenciar melhor seu estoque, prever a demanda com precisão e cultivar a lealdade dos clientes.

A **Lojas Americanas** permite que os compradores façam pré-venda de produtos que estarão em alta demanda no momento do lançamento.



2024 Unified Commerce Benchmark  
Guia do Brasil

# Promessa & Fulfillment



## Promessa & Fulfillment

# Por que isso importa.

A categoria Promessa & Fulfillment abrange o conjunto de capacidades e interações que os varejistas utilizam para oferecer aos clientes opções convenientes de fulfillment e compromissos de pedido precisos. Ao longo da jornada de compra, os varejistas precisam fornecer informações essenciais sobre o pedido e a entrega, fomentando a confiança do cliente e aumentando a probabilidade de conversões bem-sucedidas.

### 83% dos compradores

querem receber suporte e comunicação frequentes sobre o status de seu pedido.

### 54% dos compradores

querem que as marcas ofereçam embalagens sustentáveis.

### 57% dos compradores

no Brasil preferem comprar online devido aos prazos de entrega convenientes.

# O que os líderes fazem bem.

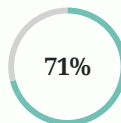
Os líderes estão aprimorando a experiência de fulfillment ao oferecer uma variedade de opções: agendamento de entrega e escolhas de fulfillment dividido. Além disso, os varejistas fornecem o rastreamento de pedidos em seus aplicativos/sites. Esses recursos centrados no cliente os distinguem e proporcionam um nível de conveniência e flexibilidade sem paralelo no setor.

Experiência Nuançada e Profunda	Brasil	Demais países LATAM	Média Europa	Média EUA
Agendamento de entrega	42%	25%	19%	7%
Rastreamento via canal digital da marca	95%	100%	90%	93%
Itens combinados projetados para serem enviados em momentos diferentes no mesmo pedido	16%	6%	4%	12%
Entrega dividida	26%	25%	19%	29%

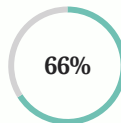
## Promessa & Fulfillment

# Capacidades de destaque.

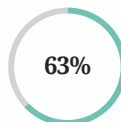
Os varejistas especializados no Brasil se destacam nos serviços de Promessa & Fulfillment oferecendo capacidades diferenciadas como visibilidade em tempo real dos pedidos, comunicações proativas, suporte abrangente de agentes para opções de fulfillment e a capacidade de selecionar múltiplos métodos de Fulfillment. Esses recursos contribuem para uma experiência de compra fluida e centrada no cliente.



Opções de retirada na loja (BOPIS) e capacidade de envio a partir da loja



Rastreamento e visibilidade do pedido em tempo real



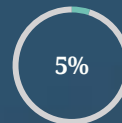
Capacidade de entrar em contato com o suporte para modificações/cancelamentos de pedidos

# Oportunidades de melhoria.

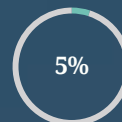
Os varejistas especializados no Brasil têm a oportunidade de elevar a experiência de fulfillment adotando serviços convenientes de retirada em lockers, oferecendo aos clientes a liberdade de cancelar pedidos de forma independente e facilitando a entrega para múltiplos endereços dentro de um único pedido. Ao priorizar práticas sustentáveis junto com essas ofertas centradas no cliente, os varejistas não apenas aumentam a satisfação, mas também demonstram um compromisso com valores ambientalmente conscientes.



Flexibilidade no pedido: Capacidade de autoatendimento para cancelamento de pedidos



Opções de retirada em lockers, frete/entrega grátis em todos os pedidos

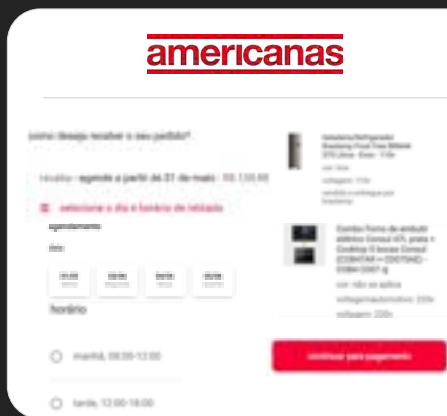


Fulfillment flexível e Sustentabilidade: Envio de itens dentro do mesmo pedido para múltiplos endereços, embalagens de produtos sustentáveis

## Promessa & Fulfillment

# Destaque: Fulfillment Otimizado

Os líderes de varejo buscam criar um processo de fulfillment sem atritos, oferecendo métodos de entrega alternativos, priorizando iniciativas de sustentabilidade para reduzir a pegada de carbono, estabelecendo uma comunicação proativa e implementando flexibilidade pós-pedido. Isso demonstra seu compromisso em melhorar as experiências dos clientes e atender às expectativas em constante evolução.



## Capacidade de Agendamento de Entrega

A capacidade de agendamento de entrega oferece conveniência ao permitir que os clientes escolham um horário que lhes seja conveniente, reduzindo a espera e a incerteza. Oferecer opções adaptadas à velocidade, custo e prazos de entrega fomenta a lealdade e influencia positivamente as decisões de compra.

A **Lojas Americanas** permite que os clientes escolham a data e os horários de entrega preferidos ao fazer uma compra.



## Capacidade de rastrear pedidos via aplicativo/site da marca

90% dos consumidores expressam o desejo de rastrear seus pedidos online. As marcas podem aproveitar essa demanda oferecendo recursos de rastreamento de pedidos em seus próprios sites ou aplicativos, proporcionando aos clientes maior transparência sobre o status e a localização de suas compras. Isso não apenas constrói confiança através da visibilidade em tempo real, mas também permite que as marcas se comuniquem proativamente com os clientes, enviando notificações de envio e estimativas de entrega.

A **C&A** permite que os clientes rastreiem seus pedidos no site da marca. O status atual do pedido é refletido em "Pedidos" no perfil do usuário, e os clientes também recebem e-mails relacionados ao pedido.

2024 Unified Commerce Benchmark  
Guia do Brasil

# Serviço & Suporte





## Serviço & Suporte

# Por que isso importa.

A categoria Serviço & Suporte molda uma jornada de compra positiva com soluções personalizadas, destacando a assistência eficaz tanto por autoatendimento quanto por atendimento humano. Um serviço excepcional não só impacta as compras imediatas, como também promove uma lealdade duradoura. Os recursos omnicanal garantem uma experiência de suporte contínua, enriquecendo o engajamento do cliente em todos os pontos de contato.

### 74% dos compradores

no Brasil dizem que um bom serviço ao consumidor pode impactar positivamente a sua decisão de compra.

### 64% dos compradores

preferem opções de devoluções gratuitas nas lojas.

### 90% dos compradores

gastariam mais se o varejistas fornecessem uma experiência personalizada de serviço ao consumidor.

# O que os líderes fazem bem.

Os líderes estão aprimorando a experiência do cliente por meio de opções convenientes de devolução multicanal, verificação de histórico de compras omnicanal ou suporte de detalhes de estoque/produtos por colaboradores de loja, além de suporte via mídias sociais para os compradores.

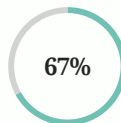
Experiência Nuançada e Profunda	Brasil	Demais países LATAM	Média Europa	Média EUA
Capacidade de os colaboradores acessarem o estoque e detalhes de produtos	100%	53%	69%	96%
Capacidade de iniciar devoluções online, retornar itens pelos correios	66%	56%	73%	78%
Suporte via mídias sociais	63%	75%	35%	18%
Capacidade dos colaboradores de loja de visualizar o histórico de compras omnicanal dos clientes.	37%	25%	50%	69%



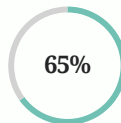
## Serviço & Suporte

### Capacidades em destaque.

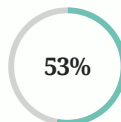
Os varejistas especializados no Brasil se destacam no fulfillment e suporte, oferecendo opções convenientes de devolução, assistência rápida por meio de suporte acessível por telefone e e-mail. Além disso, o suporte por chatbot para várias dúvidas, incluindo pagamentos, modificações de pedidos e devoluções, aprimora ainda mais a experiência do cliente.



Suporte via chatbots, email e ligações



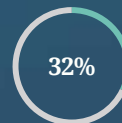
Suporte dos agentes sobre disponibilidade de produtos, devoluções e trocas



Devoluções flexíveis: devolver online pedidos feitos na loja

### Oportunidades de melhoria.

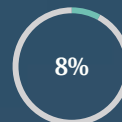
Os varejistas especializados no Brasil podem aprimorar a experiência de serviço e suporte ao implementar funcionalidades sofisticadas para agendamento e rastreamento de devoluções, garantindo transações sem problemas e tranquilidade para os clientes. A introdução de assinaturas de serviço também enriquece a experiência, oferecendo acesso a benefícios exclusivos e assistência personalizada. Além disso, os programas de fidelidade tornam-se uma estratégia fundamental, maximizando o valor vitalício dos clientes.



Opções avançadas de devolução: agendamento de devoluções e capacidade de rastrear devoluções



Assinaturas de serviço/manutenção



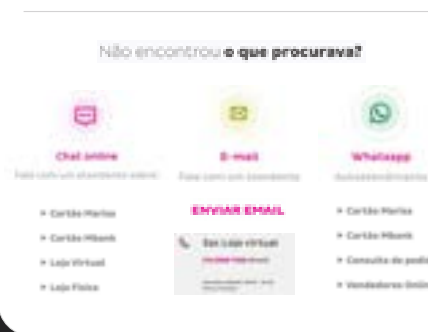
Registro em programas de fidelidade e capacidade de resgatar recompensas online

## Serviço & Suporte

# Destaque: Assistência Personalizada

Os líderes do varejo vão além do suporte ao cliente tradicional, oferecendo uma variedade de opções de autoatendimento e de alta interação, incluindo suporte por mídias sociais, call centers, agentes ao vivo e assistência em loja. Eles também fornecem atualizações em tempo real, facilitam devoluções convenientes, garantem respostas rápidas, oferecem opções de suporte "silencioso", como mensagens de texto, e se envolvem em interações personalizadas com a marca. Essas medidas garantem uma transparência completa e uma experiência abrangente de atendimento ao cliente disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana.

marisa



## Suporte abrangente ao cliente

40% dos clientes esperam que as marcas resolvam suas preocupações por meio dos canais de comunicação preferidos. Uma estratégia de suporte ao cliente multicanal, que incorpore mídias sociais, telefone e e-mail, oferece flexibilidade e acessibilidade aos clientes. As mídias sociais proporcionam interação em tempo real e transparência, o suporte telefônico oferece assistência personalizada e o e-mail garante disponibilidade 24/7 com comunicação documentada.

A **Marisa Lojas** oferece suporte por telefone, e-mail e redes sociais para consultas relacionadas a pedidos, produtos, devoluções e trocas.

CASAS  
BAHIA

## Política de Troca e Devolução

Para produtos vendidos e entregues pela Casas Bahia

Este documento descreve as condições e procedimentos para a troca e devolução de produtos vendidos e entregues pela Casas Bahia. A troca é permitida em até 30 dias após a entrega, desde que o produto esteja em perfeito estado de conservação e não tenha sido utilizado. A devolução é permitida em até 30 dias após a entrega, desde que o produto esteja em perfeito estado de conservação e não tenha sido utilizado. Para mais informações, consulte o site das Casas Bahia.

Este documento não se aplica a produtos vendidos e entregues por terceiros. Para mais informações, consulte o site das Casas Bahia.

## Capacidade de devolver itens em agências dos Correios

A conveniência de realizar devoluções em agências dos Correios simplifica o processo para os clientes, proporcionando pontos de entrega acessíveis em todo o Brasil. Essa opção oferece aos consumidores maior controle sobre suas devoluções, alinhando-se com a demanda contemporânea por flexibilidade. A economia de tempo e custo associada a essa solução demonstra o compromisso da marca com a satisfação do cliente, criando uma experiência positiva.

A **Casas Bahia** permite que os clientes devolvam itens em agências dos Correios próximas, facilitando o processo de devolução.

## Painel Brasil

Categoria	Maturidade Brasil
Geral	Abaixo da média
Busca & Descoberta	Média
Carrinho & Checkout	Abaixo da média
Promessa & Fulfillment	Abaixo da média
Serviço & Suporte	Abaixo da média

Varejista	Líder em
C&A Modas	G   BD   CC   PF
Fast Shop	BD
Leroy Merlin	G   BD   CC
Magazine Luiza	BD

### Capacidades de Destaque:

- Recomendações de produtos específicas por categoria na página de exibição do produto (PDP) (BD)
- Feedback detalhado: classificações agregadas e individuais de produtos (BD)
- Visibilidade avançada de produtos: visualização da disponibilidade de produtos online e em lojas específicas, notificações de reposição para itens fora de estoque (BD)
- Capacidade de acessar o carrinho criado em múltiplos dispositivos (CC)
- Pagamentos flexíveis: cartão-presente, pagamento diferido e combinação de opções de pagamento misto para o mesmo pedido (CC)
- Visualizar e aplicar códigos promocionais no checkout (CC)
- Opções de retirada na loja (BOPIS) e capacidade de envio a partir da loja (PF)
- Rastreamento e visibilidade do pedido em tempo real (PF)
- Capacidade de contatar a central de ajuda para modificações/cancelamentos de pedidos (PF)
- Suporte via chatbots, e-mail e telefone (SS)
- Suporte de agentes sobre disponibilidade de produtos, devoluções e trocas (SS)
- Devoluções flexíveis: devolução de pedidos online nas lojas físicas (SS)

### Oportunidades de melhoria:

- Experiência de "corredor infinito" com visibilidade de estoque em tempo real (por exemplo, X unidades restantes em estoque) - tanto online quanto na loja (BD)
- Destaque para produtos sustentáveis/ecologicamente corretos online e na loja (BD)
- Transparência aprimorada com seção de perguntas e respostas para produtos e ofertas de produtos em conjunto (sugestão para comprar o look/conjunto) (BD)
- Opções de pagamento ampliadas: PayPal, carteiras móveis ou por meio de links de pagamento (CC)
- Opções de checkout aceleradas (um passo e para convidados) (CC)
- Novos serviços e modelos de negócios inovadores: trocas, pré-venda, etc. (CC)
- Flexibilidade de pedidos: Capacidade de autoatendimento para cancelar pedidos (PF)
- Opções de retirada em lockers, frete/entrega grátis com todos os pedidos (PF)
- Flexibilidade de fulfillment e sustentabilidade: enviar itens dentro do mesmo pedido para múltiplos endereços, embalagens de produtos sustentáveis (PF)
- Opções avançadas de devolução: agendamento de devoluções, capacidade de rastrear devoluções (SS)
- Assinaturas de serviço/manutenção (SS)
- Registro em programa de fidelidade e capacidade de resgatar recompensas online (SS)

G = Geral | BD = Busca & Descoberta | CC = Carrinho & Checkout | PF = Promessa & Fulfillment | SS = Serviço & Suporte

# Aprofunde-se com o 2024 Unified Commerce Benchmark LATAM

Para uma análise abrangente do comércio unificado em todos os segmentos de varejo especializado, não perca o "Benchmark 2024: Unified Commerce LATAM". Obtenha insights valiosos, melhores práticas e estudos de caso detalhados de líderes do setor, além do seu grupo de concorrentes imediato.

Eleve a experiência do cliente da sua marca e mantenha-se à frente da concorrência com o relatório completo do benchmark.

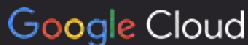
↓ DOWNLOAD





A Incisiv é uma rede de executivos peer-to-peer e uma empresa de insights para executivos do setor de consumo que estão enfrentando a disrupção digital. A Incisiv oferece aprendizado executivo selecionado, benchmarks de maturidade digital e insights prescritivos de transformação para clientes em todo o espectro dos setores de consumo e tecnologia.

[incisiv.com](https://incisiv.com)



O Google Cloud é amplamente reconhecido como um líder global na entrega de uma plataforma de nuvem empresarial segura, aberta, inteligente e transformadora. Clientes em mais de 150 países confiam no conjunto de ferramentas bem projetado e na tecnologia incomparável do Google Cloud para modernizar seu ambiente de computação para o mundo digital de hoje.

[cloud.google.com](https://cloud.google.com)



A Manhattan é uma líder em tecnologia focada na melhoria das experiências e resultados em supply chain commerce. Oferecemos soluções de software líderes para comércio omnicanal, planejamento e execução da cadeia de suprimentos. Nossa tecnologia de plataforma Manhattan Active®, nativa da nuvem, e nossa experiência incomparável no setor ajudam a aumentar o crescimento da receita e a eficiência operacional das principais marcas do mundo.

A Manhattan projeta, constrói e entrega soluções inovadoras para lojas, redes de transporte e centros de distribuição, eliminando os silos criados por sistemas legados de comércio, armazém e transporte para criar operações integradas e eficiência otimizada.

[manh.com/pt-br](https://manh.com/pt-br)



Líder global respeitado por sua inovação e confiabilidade, a Zebra oferece tecnologias que dão uma voz virtual aos ativos, pessoas e transações de uma organização, permitindo que as empresas desbloqueiem um maior valor comercial. O extenso portfólio da empresa em tecnologias de marcação e impressão, incluindo soluções RFID e de localização em tempo real, traz informações cruciais para ajudar os clientes a tomar decisões comerciais mais inteligentes.

[zebra.com](https://zebra.com)