EXPERIÊNCIAS DE LOJAS MODERNAS

Varejo personalizado

Ofereça experiências de compra únicas, imersivas e significativas na loja por meio de um atendimento personalizado.

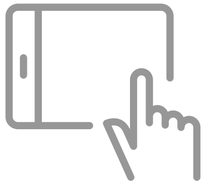
Manhattan

A Experiência da Loja Moderna

Hoje, a experiência de compra em lojas físicas evoluiu além da simples aquisição de produtos. As lojas modernas oferecem uma experiência completa, indo além das expectativas, com serviços omnichannel personalizados que atendem a todas as necessidades do consumidor atual. Esses serviços integrados encantam os clientes, tornando sua jornada de compra mais conveniente e memorável.

A experiência da loja moderna unifica vendas fluidas, varejo personalizado, store fulfillment e desempenho da loja, permitindo que os colaboradores ofereçam um serviço excepcional. Isso não apenas satisfaz os clientes, mas também fortalece a marca do varejista e impulsiona as vendas. A loja moderna reflete a evolução do comportamento dos consumidores de hoje, onde o valor do cliente é cada vez mais medido pela experiência dentro da loja.

Cinco estratégias para oferecer experiências excepcionais em lojas modernas



Colaboradores de loja empoderados

As lojas modernas colocam os colaboradores no centro da experiência, aproveitando uma plataforma unificada e móvel para proporcionar um atendimento excepcional aos clientes.

Vendas fluidas

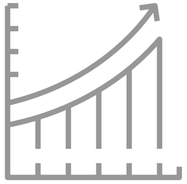
As lojas modernas atendem aos consumidores omnichannel por meio de uma venda fluida, sem interrupções — com flexibilidade no estoque, pedidos, checkout e opções de pagamento convenientes — impulsionando as vendas e a fidelidade do cliente.

Varejo personalizado

A loja moderna é personalizada, oferecendo experiências de compra únicas, imersivas e significativas por meio de aconselhamento especializado sobre produtos e atenção individualizada, o que distingue a marca do varejista.

Fulfillment de loja otimizado

As lojas modernas se destacam no desempenho de fulfillment omnichannel, utilizando a tecnologia e o potencial humano para oferecer retiradas de pedidos na loja e envios rápidos e confiáveis que atendem às necessidades dos consumidores atuais.



Informações valiosas de desempenho

A loja moderna é orientada por dados, priorizando a melhoria contínua da experiência e do desempenho, utilizando informações detalhadas sobre vendas, operações e concorrência para impulsionar mudanças significativas.

A loja moderna é personalizada

Os consumidores modernos valorizam experiências de loja personalizadas.

No mundo digital de hoje, os clientes ainda valorizam a interação humana e o toque pessoal proporcionado pelas lojas físicas. Eles apreciam a visão sobre os produtos e a atenção individualizada oferecida por colaboradores de loja experientes.

Ao oferecer um serviço altamente personalizado nas lojas de varejo, os varejistas podem criar experiências de compra mais imersivas e significativas, o que, por sua vez, aumenta a satisfação e a fidelidade dos clientes. Além disso, experiências de varejo personalizadas aumentam o valor das lojas físicas para os consumidores modernos, incentivando-os a visitar mais vezes e gastar mais.

Em um mundo onde as compras online são cada vez mais a norma, o varejo personalizado permite que as lojas modernas se destaquem e ofereçam valor aos clientes além de uma simples transação de compra.

Recomendações para desbloquear o varejo personalizado em lojas modernas

Os varejistas modernos podem aprimorar o relacionamento com os clientes e alcançar um aumento nas taxas de conversão de vendas ao adotar cinco técnicas essenciais de varejo personalizado nas lojas.

- Capacite os colaboradores a se engajarem de forma experiente e personalizada com os clientes em qualquer lugar da loja.
- Utilize um perfil omnichannel rico, histórico e preferências dos clientes para personalizar as interações com os compradores.
- Transforme os colaboradores da loja em consultores de produtos de confiança, proporcionando acesso fácil a informações detalhadas sobre os produtos.
- Utilize ferramentas avançadas de engajamento com o cliente, como agendamentos de horários, para criar conexões emocionais com os clientes.
- Permita o engajamento contínuo com os clientes fora da loja para nutrir relacionamentos e vendas.

Capacite os colaboradores a engajar os clientes de forma inteligente em qualquer lugar da loja

Experiências de varejo personalizadas são mais eficazes quando os colaboradores da loja podem acessar facilmente informações de engajamento com o cliente, bem como dados e ferramentas de aconselhamento sobre produtos, em qualquer lugar da loja. Dessa forma, eles podem personalizar o engajamento com o cliente e oferecer conselhos especializados a qualquer momento durante a interação.

Quando os colaboradores da loja estão equipados com soluções móveis, eles podem acessar facilmente o que precisam para engajar os clientes de forma personalizada. A personalização por meio de recursos móveis inclui o uso de insights e conhecimento para oferecer cumprimentos personalizados, agendamentos de horários individualizados, recomendações de produtos, orientação de compras e muito mais.

No entanto, muitos varejistas falham em identificar seus clientes antes do checkout, o que é tarde demais no processo de compra para que um colaborador da loja possa construir um relacionamento significativo ou influenciar a decisão de compra. Os recursos móveis de engajamento com o cliente resolvem esse problema, capacitando os colaboradores com insights de personalização e ferramentas ao alcance das mãos, em qualquer lugar e a qualquer momento na loja.

Resultados

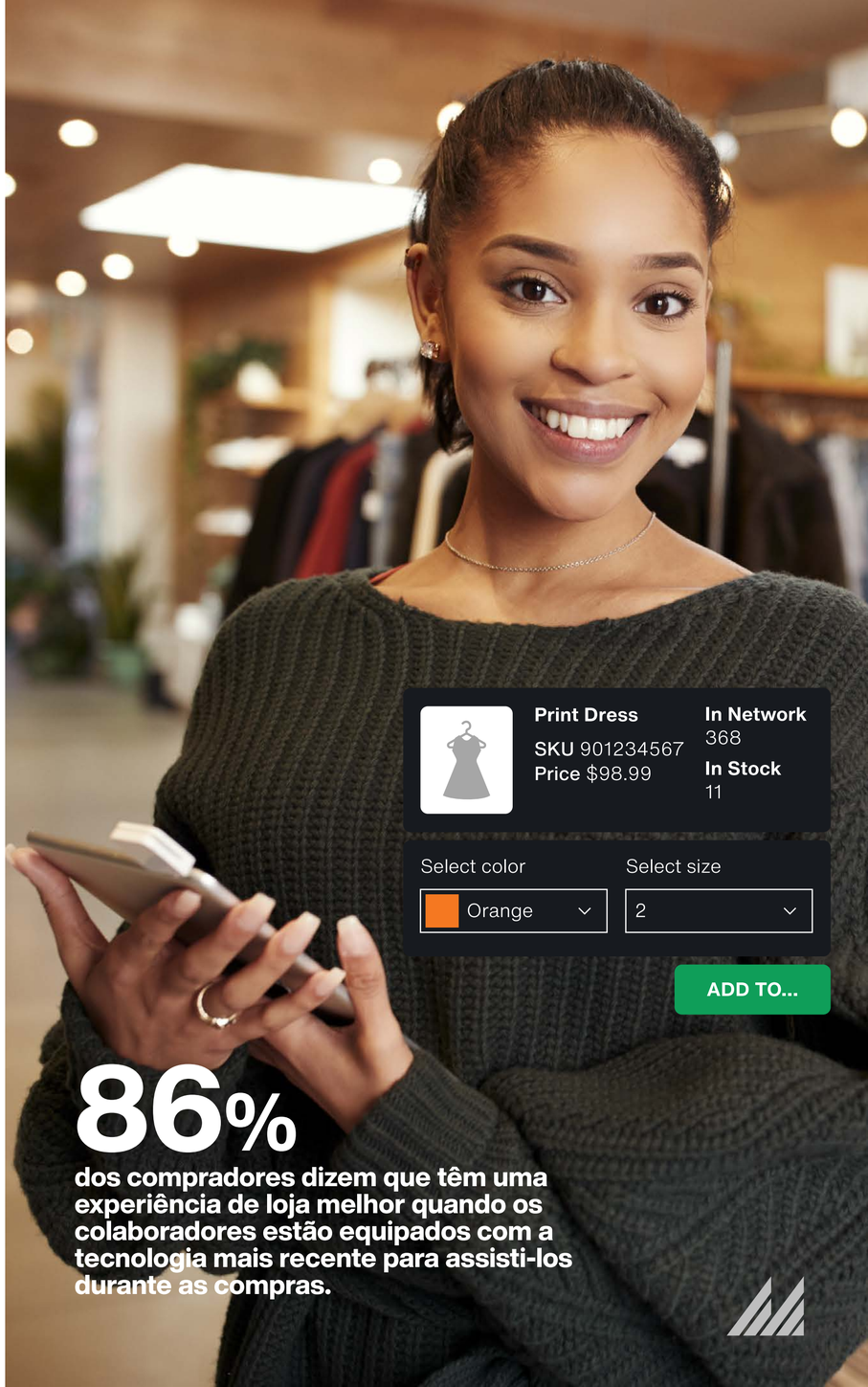
Maior capacidade de resposta às necessidades dos clientes: Quando os colaboradores da loja podem acessar facilmente dados em tempo real sobre os clientes, produtos, promoções e estoque de qualquer lugar da loja, eles podem responder de maneira mais rápida e precisa às perguntas dos clientes. Isso os ajuda a fornecer respostas informadas que satisfazem os clientes.

Serviço ao cliente elevado: Ao ter acesso a uma compreensão completa do cliente e de sua jornada de compra, os colaboradores da loja podem agregar mais valor durante qualquer interação com o cliente. Isso leva a um serviço ao cliente de nível superior, que diferencia a experiência da loja das demais.

Maior conveniência para o cliente: Os dispositivos móveis podem ajudar os colaboradores da loja a usar o tempo do cliente de maneira mais eficiente e eficaz, melhorando a conveniência para o cliente.

63%

dos varejistas não identificam os clientes conhecidos antes do checkout.



EXPERIÊNCIAS DE LOJAS MODERNAS

Varejo personalizado

Use o perfil omnichannel, o histórico e as preferências para personalizar as interações com os clientes

No varejo atual, é fundamental oferecer aos compradores interações personalizadas e experiências sob medida que superem suas expectativas. Para alcançar isso, os colaboradores da loja precisam de visibilidade rápida e clara sobre os perfis, históricos e preferências dos clientes. Ao utilizar as percepções dos clientes, os colaboradores podem oferecer saudações personalizadas, mostrar apreço pela lealdade e responder com confiança às perguntas dos clientes.

No entanto, apenas ter acesso às informações dos clientes não é suficiente. Os colaboradores da loja precisam das ferramentas certas para capturar facilmente percepções valiosas sobre os clientes, que os varejistas podem usar para construir relacionamentos mais fortes. Atualizar preferências, capturar anotações eletrônicas e manter listas de desejos são todas capacidades críticas que podem aprimorar a personalização do cliente em todos os canais de vendas de um varejista.

Ao empoderar os colaboradores de loja com as ferramentas, informações e insights certos para o engajamento com o cliente, as lojas modernas podem oferecer o tipo de serviço significativo e diferenciador que os compradores esperam. As lojas modernas devem investir nas capacidades que permitem aos colaboradores personalizar as interações com os clientes por meio de insights, a fim de construir relacionamentos duradouros.

Resultados

Aumento nas conversões de vendas: Empoderar os colaboradores de loja a personalizar as interações com os clientes cria confiança, segurança e boa vontade, aumentando as conversões de vendas.

Melhoria na fidelidade do cliente: Os recursos de personalização no atendimento podem posicionar os colaboradores de loja como embaixadores confiáveis da marca e dos produtos de um varejista, criando uma experiência de compra positiva e atraente que impulsiona os clientes a retornarem.

Insights aprimorados baseados em dados: A capacidade de coletar e analisar dados dos clientes é essencial para o varejo personalizado. Ao capturar insights durante as interações na loja, os varejistas podem entender melhor as preferências e comportamentos dos clientes, permitindo decisões mais informadas para melhorar a experiência de compra.

40%

% das empresas que se destacam em personalização têm o potencial de gerar mais receita.

EXPERIÊNCIAS DE LOJAS MODERNAS

Varejo personalizado

Transforme os colaboradores de loja em consultores de produtos com fácil acesso a informações

A forma como as pessoas fazem compras mudou na era digital. As lojas de varejo precisam se adaptar a essa nova realidade se quiserem continuar relevantes e competitivas. Para alcançar isso, as lojas modernas devem oferecer experiências de consultoria de produtos personalizadas e imersivas que os canais online não conseguem fornecer.

Os colaboradores de loja são essenciais para oferecer esse tipo de experiência. Eles desempenham um papel crucial na criação de uma experiência de vendas consultiva. Eles devem ser uma fonte confiável de informações e orientações sobre os produtos, construindo relacionamentos produtivos com os clientes por meio de seu conhecimento e conselhos sobre os produtos.

A tecnologia é essencial para capacitar os colaboradores de loja a oferecer assistência personalizada. Eles devem ter acesso fácil ao catálogo completo de produtos e informações de estoque, permitindo que respondam de forma rápida e precisa a qualquer consulta dos clientes.

Com as ferramentas certas ao alcance das mãos em qualquer lugar da loja, eles podem até recomendar produtos complementares e localizar estoque disponível para envio ou retirada na loja, melhorando a conversão de vendas e o valor do carrinho de compras.

Ao adotar a tecnologia de consultoria de produtos e uma abordagem de vendas consultivas, as lojas de varejo podem se manter à frente da concorrência, tornando-se fontes valiosas de conselhos sobre produtos.

Resultados

Aumento das conversões de vendas: Capacitar os colaboradores de loja a oferecer conselhos de especialistas com confiança e segurança pode melhorar a probabilidade de um cliente realizar uma compra, resultando em um aumento nas conversões de vendas nas lojas.

Maior relevância das lojas físicas: A assistência personalizada sobre produtos nas lojas ajuda a aumentar a relevância desses locais, posicionando-os como pontos de contato onde os clientes podem obter serviços significativos e exclusivos que não estão disponíveis em outros canais de vendas.

Aumento na receita proveniente de cross-sells e up-sells: Quando os colaboradores de loja são capacitados para recomendar produtos complementares ou novos, as oportunidades de cross-sell e up-sell aumentam, gerando novas vendas para as lojas.

49%

dos consumidores dizem que o que mais valorizam nas lojas de varejo é o conhecimento dos colaboradores sobre os produtos.

81%

dos consumidores da geração Z preferem comprar em lojas como parte de sua jornada de compra, sendo que 73% usam as lojas para descobrir novos produtos.

Use ferramentas avançadas, como horário marcado, para criar engajamento emocional com os clientes

Oferecer experiências personalizadas é essencial para atrair clientes para as lojas e diferenciar a marca de um varejista. Para atingir esse objetivo, as lojas modernas devem ir além do uso de informações de clientes e produtos para personalizar interações. Elas devem oferecer serviços individuais aprimorados que criem conexões emocionais com os clientes, gerando sentimentos de apreciação e valor.

Uma maneira de oferecer esse serviço personalizado é por meio do agendamento de horários. Clientes que preferem experiências de compras personalizadas dão grande valor a sessões com horário marcado. Eles apreciam receber suporte especializado de colaboradores de loja que atendem às suas necessidades exclusivas.

Ao criar coleções de produtos com base nas preferências dos clientes antes da sua ida à loja, os colaboradores podem criar uma experiência de loja mais envolvente.

As lojas modernas devem fazer mais do que simplesmente oferecer horários marcados para criar conexões emocionais. Uma maneira eficaz de fazer isso é por meio de lookbooks digitais. Com lookbooks, os colaboradores podem criar catálogos personalizados de produtos adaptados às preferências de cada cliente e compartilhá-los por e-mail ou mensagem. Essa abordagem é única, significativa e altamente eficaz para apoiar a decisão de compra do cliente.

Através dessas técnicas e outras, os varejistas podem oferecer experiências de compra únicas que constroem uma base de clientes fiel e os destacam dos seus concorrentes.

Resultados

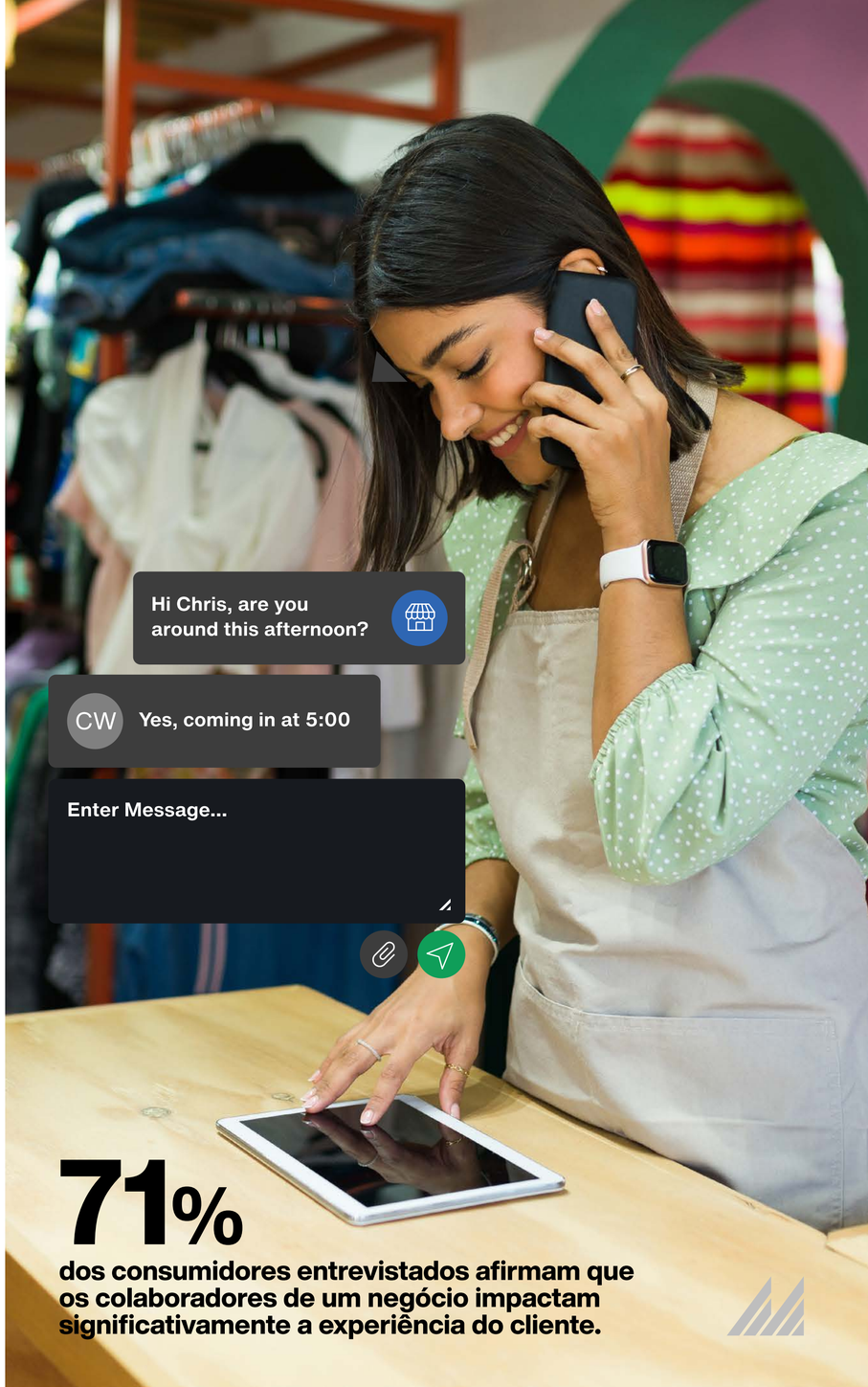
Aumento da vantagem competitiva: Varejistas que se destacam ao oferecer serviços personalizados exclusivos nas lojas podem se diferenciar dos concorrentes, especialmente quando competem com empresas focadas no comércio digital.

Relevância elevada das lojas físicas: Os serviços personalizados ajudam a aumentar a relevância das lojas, posicionando-as como pontos de contato onde os clientes podem desfrutar de serviços significativos e exclusivos, que não estão disponíveis em outros canais de vendas.

Melhoria na fidelidade do cliente: Capacidades de personalização no varejo, como horário marcado e lookbooks digitais, ajudam as lojas a nutrir relacionamentos com os clientes e criar uma experiência de compra positiva e atraente, o que melhora a fidelidade dos clientes.

69%

dos consumidores dizem que agendamentos de horários na loja são essenciais para uma experiência de loja diferenciada.



71%

dos consumidores entrevistados afirmam que os colaboradores de um negócio impactam significativamente a experiência do cliente.

EXPERIÊNCIAS DE LOJAS MODERNAS

Varejo personalizado

Cultive relacionamentos e realize vendas com o engajamento contínuo com o cliente fora da loja

No mercado altamente competitivo de hoje, oferecer um serviço personalizado aos compradores da loja é crucial para o sucesso. E isso não termina quando o cliente sai da loja. Oferecer suporte personalizado ao cliente pode aumentar as conversões de vendas e a satisfação do cliente, mesmo fora da loja.

Para alcançar isso, os colaboradores devem possuir recursos de comunicação fáceis de usar para se conectar e engajar com os clientes remotamente. Isso os ajudará a construir relacionamentos com os clientes e fornecer assistência valiosa sobre os produtos, mesmo quando não estiverem fisicamente presentes.

Ao capturar informações críticas dos clientes durante as interações na loja, como produtos desejados ou carrinhos de compras salvos, os colaboradores de loja podem apoiar os clientes de forma contínua e eficiente, mesmo fora da loja. Conversas digitais por e-mail ou mensagem de texto podem ajuda-los a compartilhar lookbooks personalizados com os produtos preferidos pelos clientes, levando a futuras transações de vendas.

Com os recursos de venda remota, os colaboradores de loja podem enviar solicitações de pagamento seguras por link para os clientes, permitindo que eles finalizem o checkout de um carrinho de compras diretamente por meio de um link de pagamento seguro, no conforto de sua casa ou escritório.

Resultados

Aumento nas conversões de vendas: Facilitando para os clientes obterem suporte e finalizar uma venda na loja, as lojas podem aumentar suas taxas de conversão de vendas.

Relevância elevada das lojas físicas: Quando as lojas conseguem ir além da transação na loja e estabelecer um relacionamento contínuo com o cliente, elas se tornam mais relevantes para os consumidores modernos, atraindo negócios recorrentes.

Melhoria na fidelidade do cliente: Capacidades de personalização no atendimento, como vendas remotas, ajudam as lojas a cultivar relacionamentos com os clientes e criar uma experiência de compra positiva e diferenciadora, o que melhora a fidelidade do cliente.

86%

dos adultos online dos EUA dizem que é importante que o aplicativo de um varejista ofereça uma experiência mais personalizada e relevante, que agregue valor à compra na loja.

O varejo personalizado eleva as lojas modernas a novos patamares de serviço.

No cenário competitivo atual do varejo, oferecer uma experiência de compra personalizada é um marco do sucesso. Ao adotar os recursos corretos, os varejistas podem oferecer o varejo personalizado, o que permite que os clientes desfrutem de experiências únicas e informativas nas lojas, enquanto recebem atenção individualizada. O varejo personalizado apresenta uma oportunidade para elevar as lojas modernas a novos patamares, criando resultados de negócios que influenciam significativamente o desempenho máximo do varejista.

61%

dos varejistas dizem que a personalização da experiência n aloja é a prioridade número 1 da área de TI

Fontes:
Hubspot
Zebra
All Things Retail
McKinsey
Manhattan Associates
CNBC
Engageware
PWC
Forrester Research
RIS News

Saiba como a Manhattan pode ajudá-lo a oferecer recursos de varejo personalizado em suas lojas em **manh.com/modern-stores-are-personal**

© 2025 Manhattan Associates, Inc.

Manhattan