

O negócio

Natura, Avon e Belcorp descobrem vantagem: Libre e Amazon



Foto: Freepik

25 de setembro de 2020 | 5:00 da manhã

A venda direta, um negócio baseado no contato físico entre consultores e clientes, quase foi truncada com o surgimento do COVID-19 que se espalha pela proximidade das pessoas.

Inesperadamente, esse canal encontrou sua maior força e seu diferencial frente a grandes concorrentes de e-commerce no México como Mercado Libre, Amazon, Walmart e Coppel, nesse período.

Natura, Avon e Belcorp adotaram mídias sociais, plataformas de videoconferência, realidade aumentada e aceleraram seus esforços digitais pré-pandêmicos para maximizar a receita. Desta forma, a venda direta no México deu uma guinada tecnológica, sem perder a essência humana que a caracteriza.

“Dois fenômenos se juntaram que mostraram o positivo do nosso modelo de vendas. A vontade de utilizar o e-commerce seja por meio de catálogos eletrônicos, redes sociais e pelo toque pessoal de consultoras, algo que a Amazon ou as empresas tradicionais não têm”

comentou Adolfo Franco, VP e COO da Direct Sel Association dos Estados Unidos em teleconferên

Entre os males que o coronavírus trouxe consigo, a indústria também conheceu como catálogo encontrou a oportunidade de modernizar e educar consultoras e consumidores nas novas ferramentas digitais.

“(A pandemia) rompeu medos e fronteiras, as pessoas ousaram experimentar, antecipou nossos planos futuros para que consultores e consumidores adotem formatos digitais. Foi um acelerador do mundo digital para todas as pessoas”

disse Hans Werner, CEO da Natura México em uma conferência virtual.

Essas empresas encontraram suporte no uso de plataformas como Zoom e por meio de aplicativos de mensagens para atingir um público mais amplo.

Ao contrário de outras indústrias que apresentarão quedas nos lucros, as vendas diretas devem crescer 2,3% neste ano, com um valor de mercado que chegará a 7.670,7 milhões de dólares, segundo a consultoria de mercado Euromonitor International.

As projeções são boas para o setor, já que se espera que até 2024 seu valor atinja 8.034,5 milhões de dólares, um salto de 7,1% em relação ao reportado em 2019.

Valor de mercado de las ventas directas en México. En millones de dólares

Fuente: Euromonitor International
*Estimación

Indústria permanece jovem

Diferentes empresas inovaram em seus processos de vendas nos últimos meses, mas a habilidade inata dos consultores para o negócio se manteve.

No caso da Natura, que no início do ano concluiu a compra da Avon, utilizou catálogo digital como canal para atingir o maior número de pessoas nos meses em que a mobilidade era restrita.

“Tem havido uma aceitação muito boa do nosso catálogo online, onde os consultores enviam a revista aos seus clientes e eles selecionam os produtos app e ao final é enviado pelo WhatsApp um resumo sobre o que o cliente solicita”, disse Werner, que Ele também é presidente da Associação Mexicana de Vendas Diretas (AMVD).

A Natura encontrou o segredo da juventude eterna com essa estratégia

A Belcorp deu um passo adiante e entrou na realidade aumentada. Assim, os interessados podem testar maquiagens, blushes e batons remotamente, por meio da plataforma My Online Store, que conecta consultoras independentes com clientes.

“O objetivo da plataforma é facilitar o negócio das consultoras em casa e digitalmente, também o que faz é facilitar seus clientes porque agora eles podem acessar o portfólio completo da Belcorp sem sair de casa”

comentou Bruna Alba, gerente geral da Belcorp México.

Empresa de cuidados pessoais encontra oportunidade no comércio eletrônico durante a pandemia

Já o Zoom, o Google Meet ou o Microsoft Teams tiveram um papel de destaque para os consultores, como forma de aproximação com seus clientes e realização de encontros virtuais entre a comunidade.

“Nossa rede de consultores nos diz que o escopo que eles têm de alcançar mais pessoas com essas ferramentas aumentou. Além disso, conseguimos realizar reuniões entre um grande número de consultores por meio de videochamadas”

disse Julia Campos, líder da Natura na conferência.

Além disso, as duas empresas possuem grande penetração em termos de redes sociais. Natura México tem mais de 15 milhões de seguidores em sua página do Facebook e mais de 90.000 assinantes em seu canal no YouTube.

Enquanto as três marcas da Belcorp alcançam mais de 6,4 milhões de seguidores no Facebook e mais de 608.000 no YouTube.

“Voltaremos ao passado quando a pandemia passar? Não. Manteremos muitas coisas digitais que ocupamos por necessidade e voltaremos a algumas tradicionais, mas o que a pandemia representará para a indústria serão mais oportunidades”

Franco comen

Tudo indica que as empresas de vendas diretas estão emergindo para ser as grandes rivais das firmas de comércio eletrônico, enquanto as lojas físicas se tornam as grandes perdedoras no novo pedido pós-cobiçado.



El CEO

Consejos de Maquiavelo a inversionistas (parte 2)

Compartilhar

 Facebook

 Twitter

 LinkedIn

 O email

Mais Negócios



Lala e Sigma, entre banir o queijo e prejudicar sua reputação



CRE incorre em abuso de autoridade devido à suspensão de licenças



A Disney priorizou o enriquecimento de executivos e abriu as portas para a dispensa de funcionários: Elizabeth Warren

Você pode gostar

Links promovidos por Taboola

Suporte para notebook Kipling Kerris - Cinza

R \$ 729 - Kipling

Uber faz aliança com a Cura Deuda para conceder opções aos motoristas cadastrados no aplicativo com seu programa de liquidação de dívidas

Mochila Executiva Cavaleira Cabo de Aço 20L Feminina

R \$ 139,90 - Netshoes

Kit de presentes das melhores cervejas vendidas

3x de R \$ 20,42 - Empório da Cerveja

Não pague mais do que a conta: encontre a Cura da Dívida

Perfume sim

R \$ 459 - Zattini BR