

setadigital.com.br/

[acervo-sapati/](#)

sapati sapataria
inteligente

BEM-VINDO AO ACERVO SAPATI.

Vem, temos uma história sobre o futuro para mostrar!





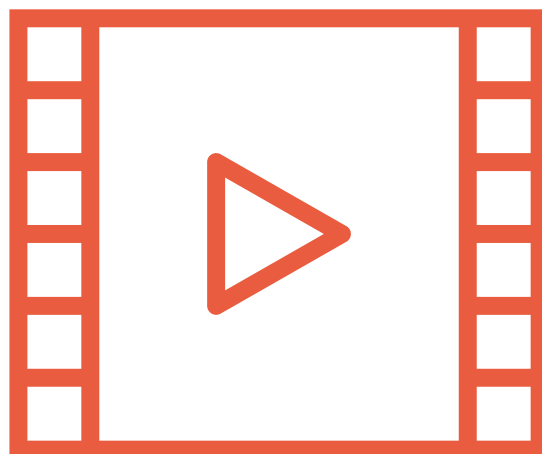
sapati sapataria
inteligente

O PROJETO SAPATI

A Sapati - Sapataria Inteligente foi a primeira loja laboratório do Brasil, criada pela SetaDigital após 2 anos de pesquisa e desenvolvimento de soluções inovadoras para o varejo calçadista.

O Projeto de 3 anos proporcionou a melhoria de processos, pessoas, tecnologias e visual merchandising gerando uma nova experiência de compra para os consumidores e melhores resultados para os lojistas, a partir de 3 fatores-chaves de sucesso:

INOVAR CONSTANTEMENTE
COMPARTILHAR CONHECIMENTO
GERAR RESULTADOS PARA LOJISTAS



**ASSISTA
NOSSE
VÍDEO**

sapatⁱ sapataria
inteligente

BOAS IDEIAS PRECISAM
SER APLICADAS E
POR ISSO
COMPARTILHAMOS

**COM VOCÊ OS
RESULTADOS
DO QUE VIVEMOS
ENQUANTO
LOJA DE CALÇADOS**





TECNOLOGIAS

Confira o resultado de todas as tecnologias desenvolvidas e testadas na Sapati

01 **AUTOATENDIMENTO**

Por 3 anos a loja pôde contar com o terminal de autoatendimento, onde o próprio cliente finalizava suas vendas. Isso só foi possível pois a arquitetura da loja e a distribuição dos protos havia sido planejada para que o consumidor pudesse finalizar sozinho a sua compra. Constatamos que o recurso é melhor aceito pelo público jovem, de 20 a 25 anos e em momentos de alta rotatividade de pessoas.

02 **INTERFACE DO CAIXA FÁCIL**

Com base na experiência vivida na Sapati, a equipe de desenvolvimento da SetaDigital trabalhou em parceria com a equipe de design e proporcionou melhorias na ferramenta de caixa. O resultado foi o Caixa Fácil, que é uma ferramenta ainda mais simples, rápido e fácil de operar. A atualização resumiu o processo em apenas 5 passos: vendedor, cliente, produtos, pagamento e finalização.



TECNOLOGIAS

Confira o resultado de todas as tecnologias desenvolvidas e testadas na Sapati

03

APP DE VENDAS

Desenvolvemos e testamos o pré-vendas ou a venda por completo juntamente com os clientes, sem a necessidade de ir ao caixa. Dessa forma, evitamos os famosos “atritos” na experiência do consumidor e conseguimos fechar mais vendas em menos tempo.

04

APP INVENTÁRIO

Como simplificar o inventário da loja utilizando o próprio celular? Identificamos essa necessidade na Sapati e, junto com nossos clientes, desenvolvemos uma solução específica para lojas de calçados que, alinhada ao processo da loja, facilitou o controle dos estoques das lojas que utilizam o SetaERP.



TECNOLOGIAS

Confira o resultado de todas as tecnologias desenvolvidas e testadas na Sapati

05

LABORATÓRIO DA SETADIGITAL

Diariamente as ferramentas foram testadas, aprimoradas e também criadas à partir das experiências geradas na Sapati. Aqui identificamos as melhorias que poderiam ser executadas, pois sabíamos que nossos clientes ficariam ainda mais felizes com nossas entregas.

06

ACELERADOR DE GIRO

Para auxiliar nossos clientes a acertar nas compras, através de acesso rápido a indicadores de desempenho dos seus estoques, e com a possibilidade de realizar ações simples para repor, promover, promocionar e remanejar, desenvolvemos o Acelerador de Giro do SetaERP. A ferramenta foi testada pela gestão da Sapati junto a outras marcas e trouxe resultados significativos para o planejamento de compras.

07

COMO VESTIR

Uma tecnologia que mostrava os looks que combinam com cada calçado a partir da leitura do código de barras.

ATENDIMENTO AO CLIENTE

A tecnologia é fundamental para otimizar nossos processos, e assim, dedicarmos mais tempo para os relacionarmos com o cliente.



QUEM FOI A SUA PRIMEIRA CLIENTE?

No aniversário de 3 anos da Sapati, buscamos no SetaERP (e no coração) quem foi a primeira pessoa que entrou em nossa loja e se encantou com algum produto. Convidamos ela para o evento de aniversário, e adivinha quem ganhou o presente?

sapati sapataria
inteligente



EXEMPLOS DE PERCEPÇÕES E INOVAÇÃO

Janaina, era uma cliente com estilo super conservador. Certo dia, ela acabou comprando um par moderno e nos ajudou com um insight sensacional!

A loja estava lançando novas tendências de moda que, até então, ela acreditava que eram muitos distantes do estilo que ela gostava. Enquanto a cliente observava os pares, ela viu em nosso telão uma sugestão de look e percebeu que aquele sapato, na verdade, poderia sim compor o visual dela pois a imagem mostrava um par de calçados moderno combinado com roupas que ela se identificava.

Muito mais que uma compra feita com sucesso, foi aí que nasceu a ideia para criar o “Como Vestir”, que tem como propósito ajudar nossos clientes a combinar os sapatos com dicas de looks, ferramenta que ajudou muito nas conversões de vendas.



OUÇA A DOR DO CLIENTE

Dona Maria, que passando em frente a loja entrou e pediu para utilizar nosso banheiro. Servimos um delicioso café, ouvimos suas histórias (bom, ela tem 79 anos) e ajudamos ela na compra de um slip on super confortável, imaginem a felicidade dessa senhora por ter encontrado um sapato que não machucava seus pés. Para nós, venda é relacionamento, é prestar atenção nas “dores” de nossos clientes e buscar a solução.



RELACIONAMENTO E ABORDAGEM

Nosso relacionamento com os clientes sempre foi de muito respeito e carinho. Utilizamos as mídias sociais como nossa maior parceira e apostamos em uma comunicação simples e informal, nosso compromisso é impactar a vida de cada um, seja com uma palavra, um gesto, um atendimento consultivo ou até mesmo um cafezinho. Inclusive temos alguns vídeos em nosso canal no YouTube para ajudar com as mídias sociais.



VENDA OCASIONAL

A equipe de vendas aprendeu a identificar as razões pelas quais as pessoas entravam na loja. Poderia ser por conta de um casamento, uma promoção no trabalho, por alguma razão queriam um ombro amigo... Algumas pessoas voltavam simplesmente porque gostava muito do nosso café. O foco era proporcionar um atendimento consultivo INCRÍVEL pra fazer a diferença na vida deles. Entendemos que, muitas vezes, vender um sapato não é o mais importante. Mas criar conexão com as pessoas, sim.



O QUE FAZÍAMOS QUANDO NÃO TÍNHAMOS O PRODUTO PROCURADO?

Aplicamos a Cultura da Zappos (varejista de moda on-line sediada em Las Vegas, Nevada) e entendemos que a melhor forma de despertar UAUUU é solucionando as demandas apresentadas. Quando um cliente entrava na Sapati e não tínhamos o produto desejado, imediatamente entrávamos em contato com os clientes (lojistas) e verificávamos se eles tinham os produtos para ajudarmos os nossos clientes (consumidores). Dessa forma, todos ficam felizes!



“ VISUAL MERCHANDISING

Vitrines Sapati

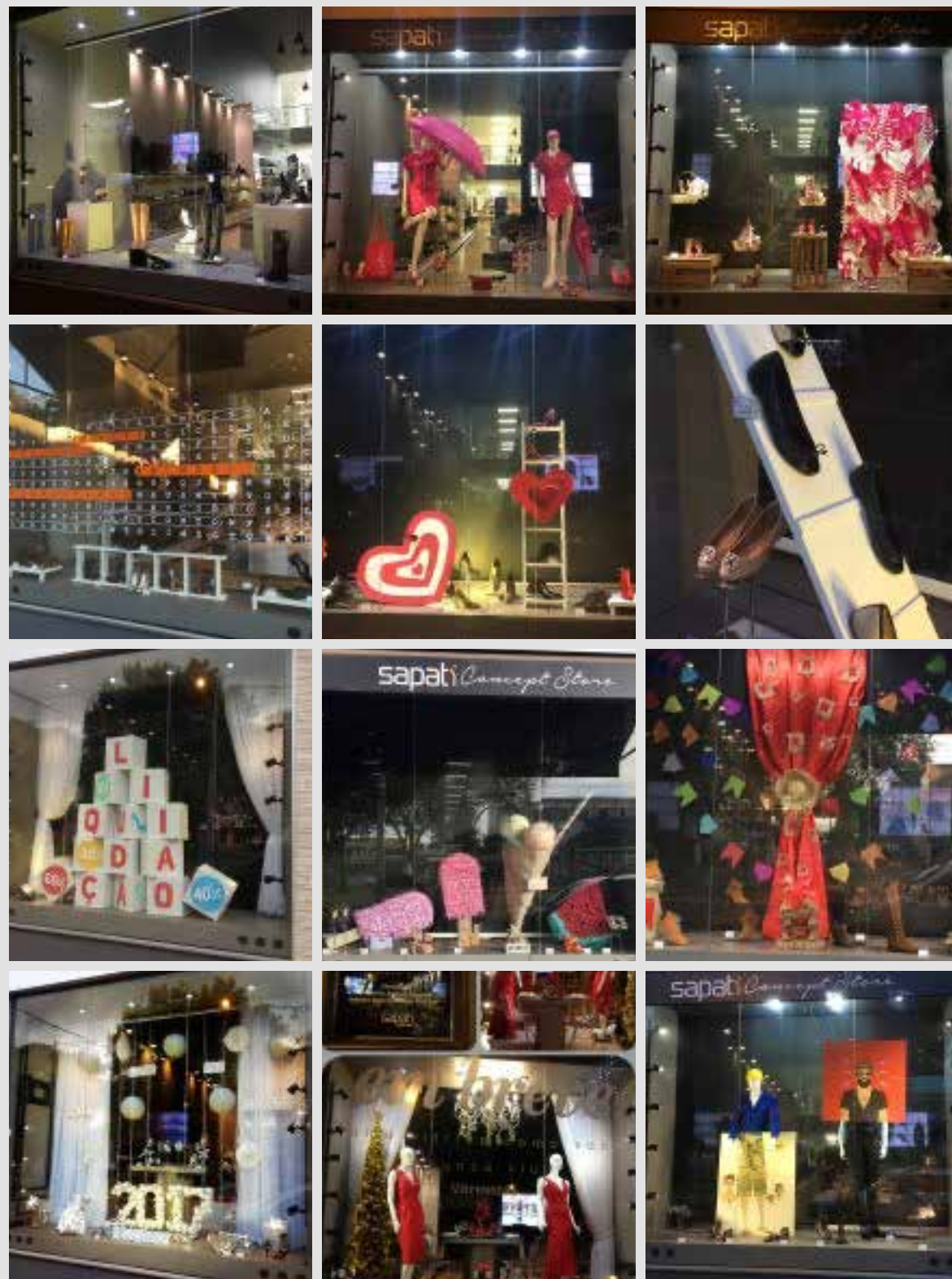
As vitrines sempre foram trabalhadas com criatividade e austeridade, porque um dos nossos valores é FAZER MAIS COM MENOS.

Aprendemos que é preciso ir além das datas comemorativas e que é importante definir um período para mudar a vitrine: semanalmente, a cada dois dias, etc.

A vitrine precisa estar alinhada à proposta da loja, para que ao entrar na loja a expectativa do cliente seja imediatamente atendida.

Exposição interna

Organização, limpeza e giro dos pares deixa a loja cada dia mais convidativa. Na Sapati, todos os pares ficavam separados por numeração, facilitando a experiência de compra, porque estavam todos os modelos no mesmo nicho, ou seja, o cliente provava tudooooo.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O poder do planejamento está na forma como reagimos a dinâmica do varejo.

Para isso usávamos todo o potencial da tecnologia para prever o futuro.

MARCAS COMERCIALIZADAS NA SAPATI

Foram mais de 60 marcas que passaram pela loja, com algumas fizemos parceria de consignação pra entender se era a marca desejada por nossos clientes.

Durante 3 anos, de coleção em coleção, giramos as marcas de acordo com o desempenho delas, analisando indicadores como Markup no final da coleção, giro de estoque antes da liquidação, giro no final da coleção, entre outros, sempre nos atentando para a curva ABC de desempenho dentro de categorias e sub-categorias.

Com esta experiência aprendemos a importância ter marcas alinhadas com o público-alvo.



GESTÃO DE ESTOQUES EM 5 LIÇÕES

- Entradas e saídas de mercadorias realizadas com acompanhamento da gestão
- Planejamento de compras programado para que a loja tivesse sempre produtos novos para despertar ainda mais o interesse de compra
- Estratégias de visual merchandising para promover e vender rapidamente os produtos
- Inventários periódicos e alguns por amostragem
- Depósitos organizados, processos bem definidos e alinhados geram uma gestão de estoque assertiva.



PLANEJAMENTO DE COMPRAS DE NOVAS COLEÇÕES

Após a análise dos relatórios de vendas por marca e categoria (markup e giro de estoque) da última coleção comprada, era possível entender se poderíamos comprar menos/mais categorias ou, até mesmo, excluir uma determinada marca, investir mais em outra marca, etc.

Analisávamos o estoque atual para identificar se haviam produtos que pudessem complementar a coleção nova (grades e modelos), ou se utilizaríamos as sobras como queima de estoque.

A ferramenta falteiro foi uma grande aliada para identificarmos as demandas dos clientes, somada aos estudos das tendências de moda e o feeling da equipe.



LANÇAMENTO DE COLEÇÕES

Nossas apostas nos lançamentos que realizamos por aqui foram:

- Desfiles de moda
- Parceria com influencers da cidade
- Chá da tarde
- Desfile com a galera da Setadigital e outros mais. Em relação a parcerias, utilizávamos o seguinte critério: o que é valioso pra nós e valioso para o parceiro e podemos trocar? Parceria é algo de valor para ambos.



VISITAS TÉCNICAS

Abrimos as portas para Lojistas, Indústrias, Faculdades, Universidades, Entidades – Sebrae, Acic, Senac, OAB e muitas outras e apresentamos a Loja Laboratório da Setadigital.

Depois de um tour em toda empresa, compartilhávamos a nossa história e respondíamos as perguntas do público. Assim, trocávamos experiências e inspirações com diferentes setores.

As visitas ampliaram os horizontes da Sapati e tornaram a marca muito mais reconhecida.



GESTÃO DE PESSOAS

O modelo de gestão da Sapati sempre esteve alinhado ao posicionamento da empresa. E foi o que gerou melhores resultados para a loja. As características mais fortes desse modelo são:

- Baseado no compartilhamento de um mesmo propósito, para que todos saibam exatamente porque existimos.
- Desenvolvimento: Frequência de treinamentos, PDI Plano de Desenvolvimento Individual, dicas de livros, sites, canais e cursos relacionados com o varejo.
- Autonomia dos profissionais para definir como entregariam suas demandas.
- Feedbacks constantes, de forma natural/formal e de modo a contribuir rapidamente com as melhorias.

Com esforço mútuo, o trabalho em equipe sempre entregou valor para os clientes.



SALA DE CRIAÇÃO

Um espaço aconchegante dentro da loja onde podemos planejar e promover Ações de Engajamento com nossos clientes. A equipe tinha liberdade para decorar, e então criaram:

- Painel de Indicador de Resultados
- Painel com as Tendências de Moda
- Painel de Insights com Público Alvo, Produto, Conceito Loja, Marketing, Estratégia Comercial e Impacto Seta
- Canvas “Quadro de modelo de negócios” para gerenciamento estratégico
- Painel de Fotos – com as principais memórias de nossos eventos, lançamentos, feiras, parceiras, treinamentos, aniversários etc.

E frases espalhadas pela sala para fortalecer ainda mais nossa motivação diária!



MARKETING DIGITAL

Por se tratar de uma Loja Laboratório da Setadigital, tudo que testávamos no marketing digital era compartilhado com nossos clientes.

Atuamos de forma online para atrair o cliente para a loja, queremos ele presencial pra estreitarmos nossa relação. No Instagram Stories contávamos nosso dia-a-dia, dicas de como usar os calçados, como cuidar dos pares e mostrávamos o sorriso de nossos clientes ao encontrar o par ideal. O feed era usado como vitrine virtual. E o Facebook seguia a linha do feed com foco nas Campanhas trabalhadas na loja.

Corremos para acompanhar a “onda do Snapchat” e utilizamos para colocar aqueles “efeitos mágicos”.

Com o Whatsapp foi possível personalizar nossas mensagens através da lista de transmissão, comunicarmos as Campanhas e, através do recurso status, nos aproximávamos daqueles clientes que não possuem outros recursos de mídias.

Todos os resultados das conversões eram analisados e isso contribuía para o Mapeamento diário das conversões de vendas.



MARKETING DIGITAL

O Marketing digital atraiu Visitas Ilustres

Por se tratar de um Laboratório de Inovação, atraímos muitos olhares, tivemos a oportunidade de receber em nossa loja lojistas em potencial que ficaram curiosos pra conhecer nosso modelo de negócio. Grandes indústrias, franquias, redes de lojas passaram por aqui.

Especialista em varejo? Também recebemos, o nome dele é Fred Rocha, diretamente de BH para Cascavel, gravamos um vídeo e fez o maior sucesso na net. Ah e Especialista em Marketing de Diferenciação? É o Pedro Superti veio pra cá, conheceu nossa empresa, se apaixonou e gravou um vídeo que também está disponível em nosso canal no YouTube. Todas as pessoas que por aqui passaram trouxeram muito conhecimento prático para o nosso negócio.





LIÇÕES APRENDIDAS

Esse espaço será
sempre atualizado
com as nossas lições

sapat*i* sapataria
inteligente



LIÇÕES APRENDIDAS

Para criar seu negócio tenha em mente seu propósito, o porque sua empresa merece estar no varejo. Contrate pessoas com valores iguais ou parecidos com o seu. Treine incansavelmente sua equipe e dê autonomia para que eles se desenvolvam e entreguem valor para seus clientes.

Organize e alinhe seus processos, porque a operação tem que ser ágil. Foco total no seu cliente, ele precisa encontrar em você solução e confiança.

Contrate um Sistema (SetaERP é claro rsrs) para automatizar o que pode e precisa ser automático.



LIÇÕES APRENDIDAS

=)

Crie uma experiência memorável com seus clientes, conexão emocional vai fortalecer os laços e tornar sua marca desejada.

Problemas sempre existirão, a pergunta é... qual a solução?



sapat*i* sapataria
inteligente

www.setadigital.com.br

 setadigital

 @setadigitalsistemas