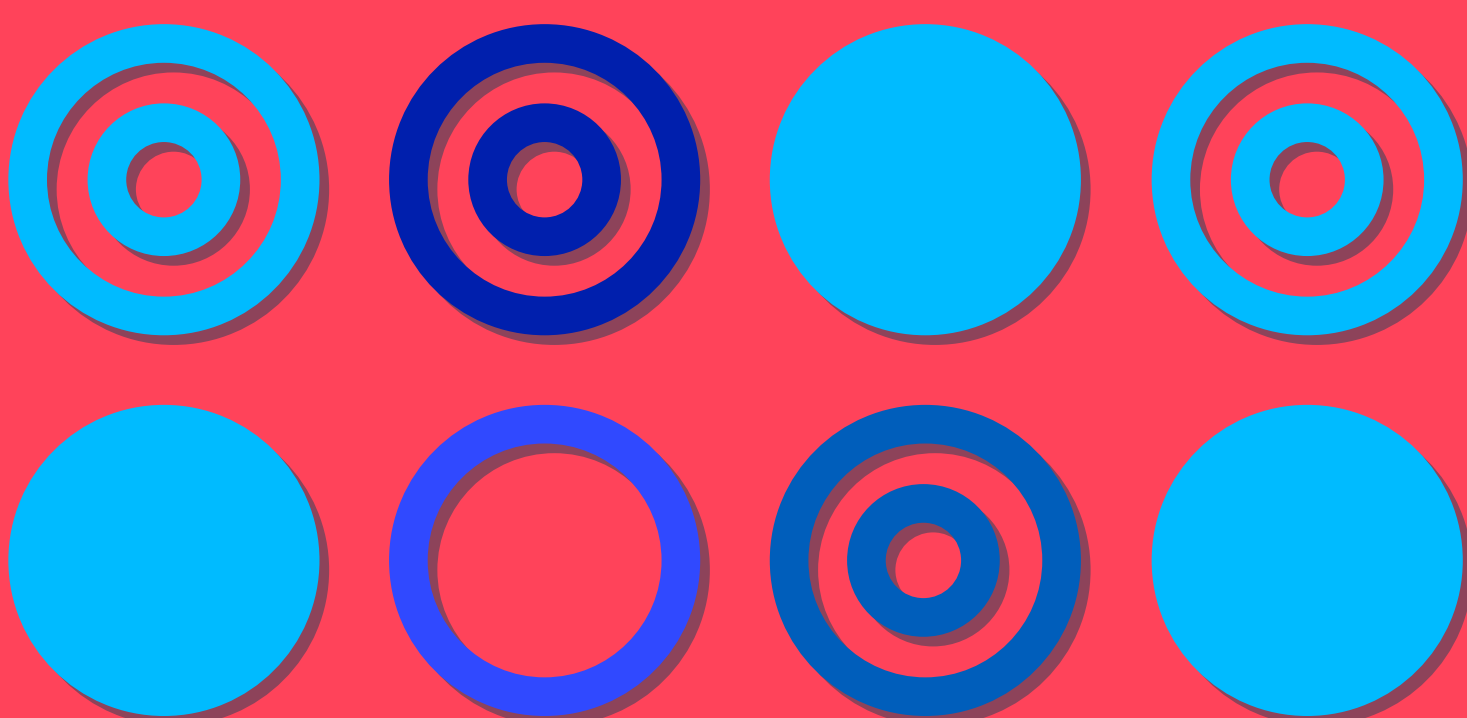


**NRF**  
2023



# Diversão que gera conversão

Como impressionar os clientes  
e vender mais.



**SEBRAE**



## Introdução

As pessoas querem e precisam se divertir, é fato. Saber disso é o primeiro passo para impressioná-las. Mas, como colocar isso em prática? Oferecendo experiências que melhorem o dia delas! Assim, elas vão se sentir tão à vontade que nem vão perceber que estão comprando.

Comece pensando em formas criativas de convencer os consumidores a testar seus produtos. Ensine algo novo a eles. Neste e-book, você vai conhecer **5 empresas que estão tendo ótimos resultados utilizando a diversão como estratégia.**

Quer saber mais sobre elas? Então, siga a leitura!



## Quem se diverte, converte.

Na **NRF 2023 – Retail Big Show**, uma das principais feiras do varejo do planeta, se falou muito sobre *retailtainment*. Um termo que traz o entretenimento para a realidade do varejo através de experiências de compra divertidas e envolventes. Colocando essa estratégia em prática, você fideliza clientes e se diferencia dos seus concorrentes.

Música ao vivo, exposições interativas, experiências de realidade aumentada são apenas algumas formas de unir esses dois mundos. **Qualquer atividade que motive o cliente a levar um pedacinho da loja pra casa é bem-vinda! E você, já faz algo assim na sua empresa?**

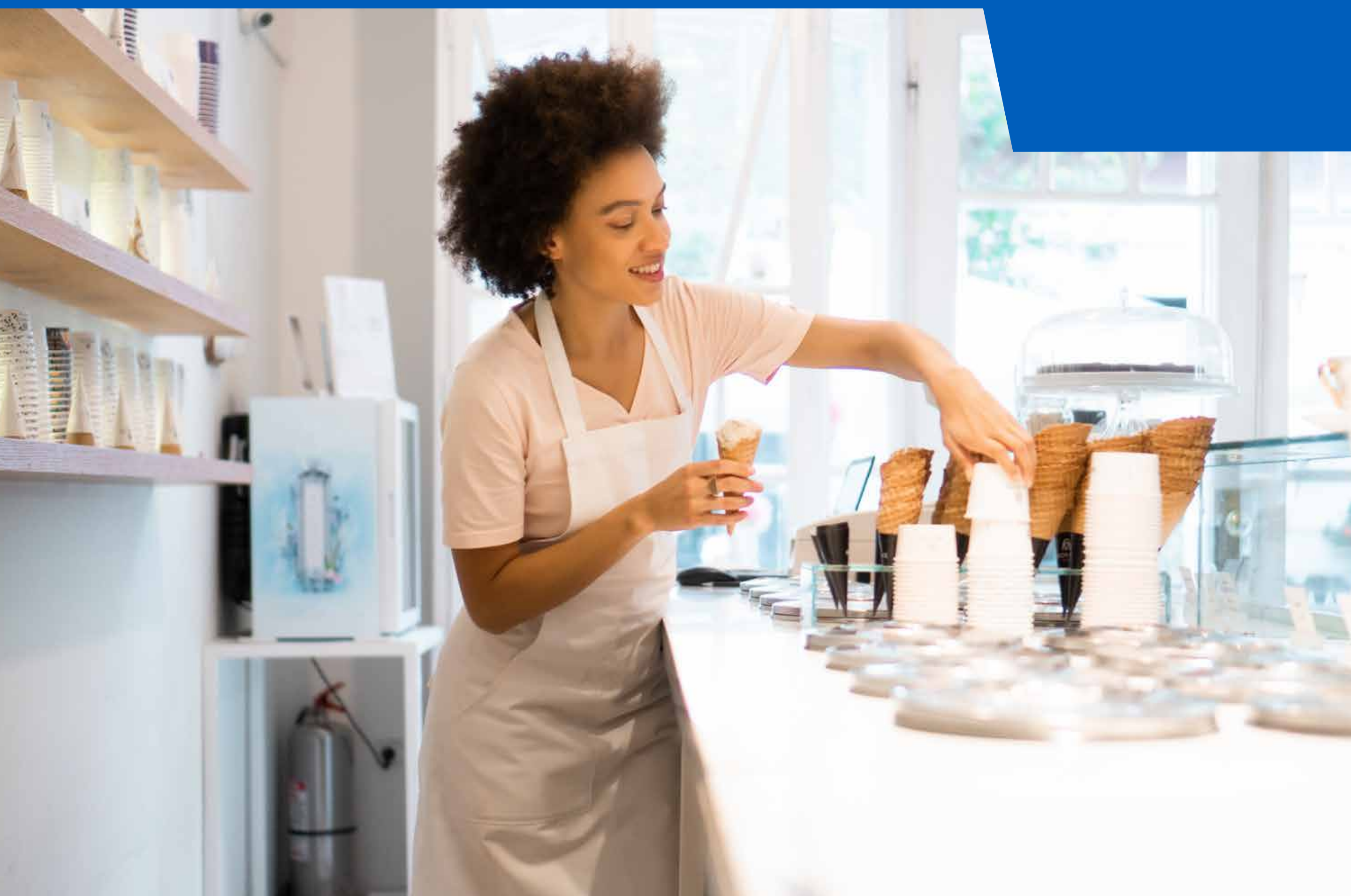


Pensar em *retailtainment* pode parecer um pouco distante, mas existem aplicações simples que já estão sendo feitas pelo mundo. Quer saber um pouquinho mais? Confira alguns exemplos:

## 1) CATCH`N ICE CREAM

Essa sorveteria de Nova Iorque descobriu como vender brincando. Os atendentes arremessam as bolas de sorvete direto do balcão, enquanto os clientes se posicionam para pegá-las. **Não precisa nem falar que a experiência rende fotos, vídeos e muitas gargalhadas!**

Segundo Dylan Lemay, fundador da empresa e influenciador com mais de 295 mil seguidores no Instagram e 4 milhões de inscritos no Youtube, a ideia surgiu depois de avaliar muitas sorveterias em seu perfil. Assim, decidiu criar uma loja física atraente e divertida o suficiente para bombar no digital.



## 2) LEGO

Diversão para as crianças, nostalgia para os adultos. A loja da Lego em Nova Iorque tem entretenimento espalhado por todos os lados e encanta qualquer um que a visita.

Na entrada, os clientes dão de cara com um táxi amarelo em tamanho real feito com as clássicas pecinhas. E a brincadeira não para por aí! É possível criar seu próprio boneco e personalizá-lo como quiser. **A compra, depois de horas interagindo com os produtos, é somente uma forma de levar esse gostinho de infância pra casa.**



## 3) IKEA

A rede de lojas de móveis e utilidades está testando diversos formatos e ideias para entreter os clientes. E você pode trazê-las para sua realidade sem gastar muito. Confira:

### **Workshops e oficinas de customização**

A empresa oferece um espaço para os consumidores deixarem a sua essência nos tradicionais móveis da marca. Para aplicar essa ideia no seu negócio, você pode criar um ambiente dentro da loja que deixe os clientes personalizarem os produtos à vontade.

### **Brincadeiras para conquistar as crianças**

A marca instalou uma parede interativa digital com sensores de movimento para os pequenos se divertirem enquanto os pais vão as compras. Já pensou em trazer essa experiência para o seu negócio com outros materiais?

### **O cliente cria também**

A loja disponibiliza tablets para os consumidores customizarem seus móveis de acordo com suas necessidades e brincarem de designers por um dia. Você pode colocar essa ideia em prática com modelos impressos e adesivos, produzidos sob encomenda para os clientes aplicarem nos produtos.



## 4) CAMP

Uma loja de brinquedos infantis que primeiro serve, depois vende. Essa é a Camp Store, uma marca que envolve toda a família durante a experiência de compra.

**Localizada em Nova Iorque, a loja conta com uma cafeteria na entrada, além de ter vários brinquedos e atividades infantis espalhados pela loja.** Essa ideia dá tão certo que 25% dos consumidores frequentam o estabelecimento semanalmente. Já imaginou ter essa frequência na sua loja?



## 5) THE FRESH MARKET

Para se destacar no online, é preciso ser criativo. As estratégias de live shopping, ou live commerce, por exemplo, engajam os clientes por meio de conteúdos exclusivos, transmitidos ao vivo na internet.

Quem faz isso com maestria é o The Fresh Market, supermercado com foco em produtos frescos e locais que atingiu excelentes resultados ensinando receitas em live. Durante uma transmissão temática de ação de graças, alcançaram:

**22,4%**

de crescimento em relação a conversão de venda no site

**18,7%**

mais engajamento

**6,7x**

mais clique em produtos

**7k**

usuários assistindo ao vivo

**740k**

usuários acompanhando a versão gravada

Ficou curioso e quer saber mais sobre o tema? É só ouvir o nosso podcast **Plano de Voo!**

- Ep. 67 - Passo a passo para aumentar as vendas com lives - **Escute aqui.**

- Ep. 85 - O que não te contaram sobre a tendência de Live Commerce - **Escute aqui.**





## O varejo como entretenimento é um sucesso no mundo inteiro. E no RS não seria diferente.

Nesse momento, você deve estar pensando que essa realidade é muito distante da gente, mas existem algumas empresas gaúchas que já estão atingindo excelentes resultados colocando essa estratégia em prática.

**Criamigos** – A empresa gaúcha vende uma experiência encantadora para o público infantil. Na loja da marca, as crianças encontram todas as ferramentas e acessórios para montarem seu próprio bichinho de pelúcia. O sucesso é tanto, que a Criamigos deve abrir seu próprio hotel temático na cidade de Gramado(RS) em 2024. Uma história que começou a ser escrita em uma viagem das empreendedoras para a NRF, com o grupo de Imersão Internacional do Sebrae. Conheça mais dessa trajetória no ep.100 do nosso podcast Plano de Voo.

**Brisabela** – A Brisabela não é só mais uma loja de lingerie, é um espaço para celebrar a força das mulheres. A empresa de Canoas (RS) encontrou uma forma diferente de estimular o empreendedorismo feminino na região: o “Brisabela Empodera”, uma feira que reúne expositoras dos mais diferentes nichos na loja da marca. Além disso, a Brisabela é tão preocupada com a experiência do cliente, que é possível fazer seu próprio chá de lingerie na loja. Demais, não é mesmo?



## Gostou de aprender com essas lojas?

Se quiser apoio para colocar suas novas ideias em prática, pode contar com a gente.

Confira mais insights da NRF 2023 para decolar seu negócio:

[CLIQUE AQUI](#)

