

**Título:** Análise de Mercadológica, apreendendo com o exemplo a criar estratégias para se destacar no mercado.

**Aluno:** Gustavo Leão Nogueira de Oliveira

**Disciplina:** Empreendedorismo e Inovação (EAD)

**Turma:** RH5M20-1S

**Data:**  
10/05/2020

### **Introdução**

Ter certeza de qual é o mercado é de suma importância. Saber de qual fornecedor é mais viável, mais barato, e que acaba se tornando indispensável. Além disso, saber se o cliente deseja o seu produto, ou serviço, e caso seja essencial modificar o que é preciso. Mais ainda, é conhecer quem é seu concorrente e saber quais as estratégias do mesmo, sabendo assim como pode se prevenir e onde é mais efetivo investir o tempo, dinheiro e esforço.

Portanto, compreendendo como o cliente pensa e o que o mesmo deseja. Sabendo, também, quais os melhores fornecedores para o caso em questão e, por fim, reconhecendo quem será seu competidor e a tática do mesmo, pode se definir a melhor estratégia para enfrentar mercado de maneira a se destacar, a conseguir manter-se e lucrar.

Foi o que as Lojas Renner fizeram, e neste trabalho será avaliado qual a estratégia utilizada por eles e como se deu a evolução da segmentação do cliente.

### **Qual a estratégia adotada para competir no mercado junto aos concorrentes?**

Desde a sua criação, a rede de lojas se destacou pelo fato de um de seus administradores fazerem um produto no qual era destaque (a capa de chuva de alta qualidade que a empresa produzia), gerando lucro e notoriedade para a companhia.

A empresa abriu o capital para investidores e investiu em áreas como indústria têxtil, de confecções, de tintas e vernizes, de feltro, curtume, de máquinas de costura, porcelanas, artefatos de cimento e por muito tempo vendendo de tudo um pouco até ser reformulada e focar na moda, principalmente para donas de casa. Acrescenta-se que sempre houve um zelo pelos melhores preços possíveis.

Atualmente a rede de Lojas Americanas, que tem sedes no Brasil, Argentina e Uruguai, é uma das empresas gigantes que detêm 2,5 milhões de clientes.

Estratégias que foram implementadas:

- As lojas físicas foram reformuladas, tendo mais espaço para os clientes e com a disposição das roupas de maneira mais chamativa. Outro fato foi o

tempo em filas que foi diminuído e que foram abertas mais lojas físicas.

- Houve investimento, também, em “software”, de maneira a se destacar também nas plataformas “online”.
- O “marketing” nas redes sociais também foi amplificado.
- A Renner mesmo com a atual crise, continua contratando pessoas e em como a moda vem sendo mudada pelo uso cada vez maior da tecnologia.

### **Como se deu a evolução da segmentação do cliente?**

Baseada nas estratégias, anteriormente citadas, pode-se notar que a empresa usou alguns planos de segmentação, como:

- **Segmentação psicográfica**, onde eles escolheram produzir algo que todos almejavam e produtos conforme o estilo de vida. Por exemplo: A capa de chuva, que para quem mora no rio Grande do Sul, na época chuvosa é muito requisitada o que torna-se algo cultural e conforme o estilo de vida do riograndense, assim pegando essa cultura e fazendo o produto que os clientes precisavam.
- Destaca-se a **segmentação comportamental**, que no caso pode ser exemplificada pela maneira de comprar que se modificou, fazendo o comportamento das pessoas mudar e tendo que, assim, migrar de só estabelecimentos físicos para virtuais. Outro comportamento que mudou o modo de vendas foi quando a empresa decidiu ter mais lojas fora de centros comerciais para vender para as pessoas que, cada vez menos, ocupadas como andam, vão a esses locais para fazer suas compras.
- Já a **segmentação demográfica**, no caso da rede, foi quando a empresa por diversas vezes vendo as novas modas voltadas para os jovens, começou a pegar empresas mais atuais que criavam tendência para os adolescentes e colocando em suas lojas, assim analisando que era necessário atualizar-se para conseguir este novo público.

### **Conclusão**

Em vista dos argumentos apresentados, entende-se que é necessário primeiramente, conhecer a empresa, saber os pontos fracos e fortes; identificar as preferências dos clientes, e como é possível de várias maneiras de adaptar ao mercado. Dessa forma, torna-se cada vez mais necessário conhecer o cliente e aproximar-se dele, como a companhia vem fazendo através dos “softwares” e de divulgação em rede social.

O ponto crucial para uma empresa de sucesso, como a rede de lojas Renner, é a

de se adequar ao público, conseguir boas parcerias (tanto empregados, quanto fornecedores) e saber o que pode ser seu diferencial em referência as outras empresas.

## **Bibliografia**

Mendes, Felipe: O novo estilo Renner - Disponível em <https://www.istoedinheiro.com.br/o-novo-estilo-renner/> acesso dia 07 de maio de 2020.

A estratégia anticrise da Lojas Renner - Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=XNY\\_ny27fhQ](https://www.youtube.com/watch?v=XNY_ny27fhQ) acesso dia 08 de maio de 2020.

Renner muda estratégia e investe em lojas de rua - Disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/renner-muda-estrategia-investe-lojas-rua-555681/> acesso dia 07 de maio de 2020.

Sobre as lojas Renner SA - Disponível em <http://www.lojasrenner.com.br/institucional;jsessionid=Ls7bXR2NQv2W7SWjcyY3gN8BSGpdKsvGDdMPYGnbywLTBnJjpyTr!1017632556/> acesso dia 08 de maio de 2020.

Schincariol, Juliana: Lucro da Lojas Renner avança 15% no trimestre, a R\$ 251,5 milhões - Disponível em <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/02/lucro-da-lojas-renner-avanca-15-no-trimestre-r-2515-milhoes.html> acesso dia 09 de maio de 2020.

Freitas, de Camargo Renata: Análise de Mercado em 10 passos: está na hora da sua empresa expandir? - Disponível em <https://www.treasy.com.br/blog/analise-de-mercado/> acesso dia 07 de maio de 2020.

Análise o mercado antes de tomar decisões - Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/analise-o-mercado-antes-de-tomar-decisoes,500d7e0805b1a410VgnVCM1000003b74010aRCRD> acesso dia 08 de maio de 2020.

Melo, Natallia: Segmentação psicográfica: entenda o seu cliente melhor do que ele mesmo - Disponível em <https://klickpages.com.br/blog/segmentacao-psicografica/> acesso dia 09 de maio de 2020.

Zenvia: Segmentação de clientes: o que é, benefícios e como fazer - Disponível em <https://www.zenvia.com/blog/segmentacao-de-clientes-o-que-e-beneficios-e-como-fazer> acesso dia 09 de maio de 2020.