



RonFullHD\_CANVA

AVANÇO

### MESMO COM RECUO DO E-COMMERCE, VAREJO BRASILEIRO CRESCE 2,4%

Avanço vem puxado pelas lojas físicas, enquanto o digital recuou 6,8%, apontando a necessidade de estratégias mais integradas entre canais

O varejo brasileiro cresceu 2,4% em julho de 2025, segundo o Índice do Varejo Stone (IVS), divulgado pela Forbes Brasil. Enquanto as lojas físicas registraram avanço mais moderado, de 0,7%, o comércio digital apresentou retração de 6,8% no período. Apesar da desaceleração pontual do e-commerce, especialistas destacam que os marketplaces e as estratégias digitais seguem como protagonistas da transformação do setor, reforçando a importância da presença online para resultados consistentes e competitivos.

Para o especialista em marketing e estratégia de negócios Frederico Burlamaqui, o crescimento do varejo digital e a força dos marketplaces estão diretamente ligados às mudanças no comportamento do consumidor brasileiro. “O cliente de hoje é mais informado e conectado. Muitas compras começam online, mesmo quando a finalização ocorre na loja física. Marketplaces reúnem variedade, preço competitivo e conveniência, oferecendo experiência segura e eficiente tanto para o consumidor quanto para as marcas”, explica.

Experiência física e digital - Burlamaqui explica que mesmo com o crescimento acelerado do comércio online, as lojas físicas continuam tendo papel estratégico, principalmente em segmentos que exigem interação direta com o produto ou atendimento especializado. “As lojas físicas não perderam relevância, mas precisam se reinventar para atender às novas expectativas do consumidor. Integrar a experiência do cliente no ponto físico com o digital permite oferecer mais praticidade, conforto e personalização. Isso não só aumenta a satisfação do consumidor, mas também fortalece a fidelização e potencializa o ticket médio, criando um ciclo virtuoso de engajamento e receita”, afirma.

Além de integrar lojas físicas e digitais, a profissionalização do varejo online se torna um fator essencial para manter a competitividade e atender às novas expectativas do consumidor. Nesse ponto, investimentos em logística ágil, atendimento personalizado e análise de dados permitem que as campanhas sejam mais segmentadas e assertivas, potencializando a experiência de compra em todos os canais. “Marketplaces oferecem estrutura e tráfego, mas o verdadeiro sucesso depende de uma gestão cuidadosa do mix de produtos, dos prazos de entrega e da comunicação com o consumidor. Empresas que enxergam o digital como uma extensão natural do negócio conseguem resultados consistentes e duradouros, construindo vantagem competitiva sustentável”, explica.



Divulgação

#### Dicas do especialista para varejistas se adaptarem ao cenário digital

**1 Integração de canais** – A unificação de estoque, preços e comunicação entre lojas físicas e online cria uma experiência fluida para o cliente, evitando confusão e reforçando a confiança. “Quando o consumidor percebe que a marca oferece uma jornada contínua, seja comprando na loja ou pelo e-commerce, aumenta a fidelização e o ticket médio”, explica Burlamaqui.

**2 Presença em marketplaces estratégicos** – Escolher plataformas que conversem com o público-alvo e investir em posicionamento dentro delas aumenta visibilidade e vendas. “Não se trata apenas de estar presente, mas de se destacar. Marketplaces podem trazer tráfego, mas quem se comunica de forma clara e segmentada consegue converter muito mais”, afirma o especialista.

**3 Otimização logística** – Garantir prazos competitivos, rastreamento eficiente e entregas confiáveis é decisivo para a satisfação do consumidor. “A experiência de entrega impacta diretamente na percepção da marca. Problemas logísticos podem destruir a reputação construída com esforço”, alerta Burlamaqui.

**4 Uso de dados para personalização** – Informações de compra e navegação permitem criar ofertas segmentadas e aumentar a conversão. “Quem entende o comportamento do consumidor consegue antecipar necessidades e oferecer exatamente o que ele busca, aumentando engajamento e vendas”, explica.

**5 Treinamento de equipes** – Capacitar colaboradores para atender bem tanto no físico quanto no digital garante consistência da marca. “O atendimento humanizado faz diferença. Equipes bem preparadas transformam experiências em fidelização”, destaca Burlamaqui.

**6 Investimento em experiência do cliente** – Embalagens atrativas, pós-venda eficiente e atenção aos detalhes geram percepção de valor e fidelidade. “Experiência não é só preço ou produto; é cada interação. Marcas que investem nisso se diferenciam no mercado”, comenta o especialista.

**7 Adoção de tecnologia de apoio** – Ferramentas de CRM, automação de marketing e gestão de estoque ajudam a otimizar processos e decisões estratégicas. “Tecnologia permite eficiência e rapidez. Quem usa dados para tomar decisões minimiza erros e maximiza oportunidades”, diz Burlamaqui.

**8 Exploração de social commerce** – Integrar vendas a redes sociais amplia alcance e facilita compras impulsivas. “As redes sociais não são só canais de marketing; são pontos de venda estratégicos para engajar e converter o consumidor”, reforça o especialista.

**9 Monitoramento de métricas de performance** – Acompanhar taxa de conversão, abandono de carrinho e ticket médio ajuda a ajustar estratégias rapidamente. “Sem medir performance, não há como corrigir rotas. Indicadores mostram onde melhorar e onde investir mais”, alerta Burlamaqui.

**10 Promoções inteligentes** – Campanhas limitadas no tempo e personalizadas estimulam engajamento sem comprometer a margem. “Promoção bem planejada cria senso de urgência e valor percebido, mas precisa ser estratégica para não afetar lucratividade”, conclui o especialista.



Blue\_Planet\_Studio\_CANVA