



Cool Hunting- Shopping Experience: Birchbox at Walgreens

Published on January 8, 2019



Beatriz Cavalcante Chamie | Follow
at Shoppermkt Group



24



8



0

Muitas tendências tem caracterizado o varejo contemporâneo, mas um dos pontos de destaque tem sido o fato de como diversos modelos de venda se integram para oferecer o maior valor e a melhor experiencia de compra!

Não é a toa que eu escolhi como tema de pesquisa, CUSTOMER VALUE AND SHOPPING EXPERIENCE. Retail is all about it and always it will be! No meu artigo publicado no livro do Colin Campbell: "Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing" (a venda na Amazon) destaco a importância do varejo direcionar as suas estratégias com base nos valores pessoais das pessoas que compram e consomem em determinado espaço de venda, podendo ser este físico ou virtual.

O varejo cria valor não somente por meio da troca de produto por dinheiro, mas por meio da entrega dos fatores experienciais, incluindo fatores tangíveis, intangíveis e principalmente estímulos sensoriais e emocionais. Por isso, a experiencia no varejo deve ser desenhada com base no entendimento do que tem valor para o shopper, seus hábitos e atitudes para a compra de determinada categoria em determinado espaço de vendas. Aplicando este conceito, foi criada a Birchbox.

Os shoppers geralmente têm pouca clareza sobre o que pode ser comprado e, em loja, iniciam um processo de busca e inspiração. A Birchbox surgiu com um típico Shopper Insight "comprar produtos de beleza é frustrante, ineficiente e confuso"- como ajudar as pessoas a navegarem nesta vasta gama de opções?

A proposta foi criar um modelo em que, baseado no perfil da pessoa, ela possa experimentar diversas amostras de produtos, para então, escolher o seu preferido e adquirir na versão regular. Birchbox nasceu no mercado online onde, por meio de assinatura mensal, os participantes recebem 5 amostras (escolhidas por embaixadores) com um editorial, fazendo com que o processo de escolha do produto preferido seja eficiente, direcionado e divertido! É uma iniciativa muito interessante para a indústria e para o desenvolvimento do mercado de beleza, pois estimula a penetração de rotinas e produtos antes não considerados, e estes, são levados ao local mais efetivo para a experiencia- A CASA DO CONSUMIDOR!

Vários fatores hedônicos são estimulados neste processo, a surpresa, a experiencia, a descoberta...

Foi então que, em Dez/18, a Walgreens (+Duane Reade) e a Birchbox somaram esforços para expandir esta experiência em lojas físicas. Estão sendo trabalhadas 6 lojas pilotos em NY o projeto BYOB (Build Your Own Birchbox) onde os SHOPPER ESCOLHEM 5 amostras (dentre várias opções disponíveis), a um preço de USD 15, que são colocados em uma linda caixa para ser levado para uso pessoal ou presenteado. A estação foi colocado próxima a porta, como um convite a bricolagem. Observei vários shoppers interagindo com espaço, sempre com compra antes não planejada, eles tinham uma uma atitude curiosa e entusiasmada frente a esta possibilidade de experimentação de produtos diferenciados (de 15 marcas parceiras) com baixo investimento. Deste modo, tanto o grupo Birchbox como o Walgreens surpreendam e apresentam inovação para seu público.

A loja da Duane Reade (do mesmo grupo) aproveitou este momento de renovação do espaço para estimular ainda mais o mercado de beleza nas lojas, com a construção de um ambiente cênico, com espelhos, comunicação e dicas sobre como escolher o melhor produto "How to Shop".



É assim que o varejo inova! Entendendo profundamente os Shoppers!

E você, qual varejo te encanta? O que tem visto de tendências em termos de experiências? Acompanhe o conjunto de artigos que estou escrevendo sobre o tema.

Quer mais informação sobre como criar valor e experiencia para os seus shoppers? bia@shoppermkt.com.br. Fomos responsáveis pelos redesenho experiencial de lojas do grupo Boticário e Cacau Show!

#shoppermkt #shoppermarketing #shoppermktgroup

#gerenciamentoporcategoria #experienciadecompras #valorparaoshopper

Published By



Beatriz Cavalcante Chamie
at Shoppermkt Group

Follow

#shoppermkt #shoppermarketing #shoppermktgroup #gerenciamentoporcategoria
#experienciadecompras #valorparaoshopper