



fotos tiradas por Bia Cavalcante em Jan/19

## Cool Hunting- Shopping Experience: F.A.O Schwarz is back!! Uhu!!

Publicado em 11 de janeiro de 2019



Beatriz Cavalcante Chamie  
at ShopperMkt Group

5 artigos

+ Seguir

Uma loja de brinquedo deve ser uma loja de brincar! Lembro-me da emoção que senti ao entrar a primeira vez em uma loja da F.A.O Schwarz em NY, em frente ao Central Park- a marca traz como fator icônico o grande piano do filme "Big" com Tom Hanks. Os estímulos nostálgicos existentes no varejo fazia com que qualquer adulto se emocionasse. Foi com muita tristeza que soube do fechamento da loja em 2015. Mas, no final de dez/18 abriram a maior loja de brinquedo de NY na nobre Rockefeller Plaza. É uma loja que oferece uma experiência incrível! Fui lá correndo conferir, lógico, pois o varejo de brinquedo é meu objeto de estudo escolhido, por paixão!

F.A.O Schwarz é definida como "Home of one-of-a-kind toys, adventure, fantasy, and so much more!". E acho que é realmente mais que isso. A atmosfera criada e os estímulos experienciais faz com que a visita à loja seja uma atividade lúdica, de imaginação, de muito prazer e entretenimento. É a teatralização do varejo operando em perfeita harmonia com fatores experienciais e envolventes para todas as idades. O sortimento da loja (fator fundamental do varejo) é composto por muitos produtos de marca própria, mas todos, estimulantes dentro deste novo contexto de infância na era digital. Além disso, conta com espaços "store in store" de grandes marcas, todas, com fatores diferenciados educativos e "do it yourself" assim como o "Build a Bear Workshop".



*"A atmosfera no varejo é composta por uma combinação física e emocional com atributos tangíveis e intangíveis e pode ser considerada como um atributo psicológico da imagem da loja. A atmosfera pode influenciar na experiência de compra interagindo com as percepções do shopper e afetando o seu comportamento" Bia Cavalcante, atmosfera de loja como um elemento da estratégia varejista- RAD, vol.14.*

No artigo "O Valor para o Cliente no Varejo" que escrevi e foi publicado no Brazilian Business Review, constatei que comprar não é só um ato racional, mas também emocional, que envolve o desejo e o prazer. Pesquisei o varejo de brinquedo por meio da metodologia Laddering e encontrei as principais representações de valor para o shopper na experiência de compra de brinquedos dentro de seis grandes temas: i) a loja de brinquedos é um meio de se obter estímulos que auxiliam na formação das crianças; (ii) os estímulos mágicos e lúdicos despertam lembranças e fantasias; (iii) o tempo e o dinheiro são recursos importantes no momento da compra; (iv) o brinquedo buscado é aquele que desperta o desejo da criança; (v) a variedade ofertada é importante para suportar a escolha; e (vi) o sentimento de se fazer uma boa compra é um fator desejado. A maior parte das representações apresentam subtemas, que são desmembramentos da representação principal a fim de atribuir um significado mais específico para o conjunto de elementos que a compõe. desafio é criar um ambiente que promova uma relação única com a loja.

A loja de brinquedos é, para as entrevistadas do estudo que realizei na USP/SP, um local de entretenimento, de imaginação e de diversão. Quando questionadas sobre o significado da loja, muitas preferiam descrever o significado do brinquedo, pois, afinal, a loja de brinquedos é uma casa de brinquedo. Os brinquedos têm um papel muito especial na vida das pessoas e, por isso, a loja de brinquedos é vista com um local lúdico e especial, como descrito por uma shopper: "Comprar brinquedo... me lembra magia, sonho, acho que é comprar uma diversão" e outra complementa "A loja de brinquedos é um local onde se encontra diversão, tanto para adultos quanto para crianças".



*Soars afirma que os shoppers que se sentem inteligentes, inspirados e positivos são os que ficam mais tempo na loja e compram mais, impulsionados também com a psicologia da percepção do tempo.*

Todos os varejos tem muito o que aprender com o varejo de Brincar, afinal, todos nós temos nosso lado criança, queremos tocar, sentir, cheirar, nos envolver, nos informar! O varejo contemporâneo é o varejo da Experiência!

Bom, a F.A.O Schwarz é uma parada obrigatória para todos os amantes do varejo!

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 experiência para os seus shoppers? [bia@shopperkt.com.br](mailto:bia@shopperkt.com.br). Fomos responsáveis pelos redesenho experiencial de lojas do grupo Boticário e Cacau Show.

#shopperkt #shoppermarketing #shopperktgroup #gerenciamentoporcategoria #experienciadecompras #valorparaoshopper

Denunciar

Publicado por



Beatriz Cavalcante Chamie  
at ShopperMkt Group  
Publicado • 1 a

5 artigos

+ Seguir