

Empresas migram para aplicativos com o intuito de manter lucros

BioBaby, rede curitibana de roupas infantis fundada em 2015, fecha suas atividades em shopping durante a pandemia e encontra solução lucrativa em aplicativo desenvolvido pela startup market4u.

10/09/2020 15:49:06

Durante a crise de saúde causada pelo novo coronavírus, diversas empresas brasileiras têm apostado na migração para plataformas digitais com o intuito de manter a margem de lucro por meio de vendas online. Em tempos de isolamento social, o mercado de varejo tem encontrado formas inovadoras de se reinventar para atender às necessidades de seus clientes sem colocá-los em risco. A loja de roupas infantis BioBaby, fundada em 2015 pela empresária curitibana Juliana Pscheidt, foi uma das participantes desta onda de realocações do físico para o digital. No primeiro semestre de 2020, Pscheidt optou por encerrar suas operações em shopping e apostar em um novo canal de vendas desenvolvido pela startup market4u, também curitibana. Com 200 unidades em funcionamento, o market4u nasceu da proposta de implementar minimercados em áreas comuns de condomínios residenciais e agora utiliza suas ferramentas de inovação e logística para auxiliar empresas que buscam por novas alternativas de vendas.

A partir deste intuito de oferecer uma nova alternativa às empresas varejistas prejudicadas pela baixa do faturamento dos shoppings, o market4u apostou em um serviço de mala-direta que promove a parceria entre a rede de *minimarket* e negócios de setores diversos. Segundo pesquisa divulgada pela Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop), donos de lojas instaladas nos principais shopping centers do país tiveram queda de até 70% do faturamento durante o primeiro semestre de 2020. Em contraponto, dados revelados pelo movimento Compre & Confie mostram um aumento de 81% de faturamento nas vendas online no Brasil desde o início da pandemia.

A operação mala-direta desenvolvida pelo market4u funciona através de um aplicativo no qual o usuário pode selecionar a marca da qual deseja consumir e especificar detalhes sobre os produtos nos quais tem interesse. Em um prazo de 48 horas, um mostruário montado pela curadoria da marca é entregue ao cliente, que pode analisar as opções e realizar o pagamento das peças escolhidas através do mesmo aplicativo.

O custo para as empresas como a BioBaby, que desejam utilizar esta plataforma, é muito baixo, sendo cobrada apenas uma comissão sobre o faturamento. Despesas como logística, por exemplo, ficam por responsabilidade da equipe market4u, que acredita nesta solução como uma forma de reinventar o varejo através da conexão direta com o consumidor final.

