

# *super* *arejo*



ANO XXI Nº 232  
R\$ 15,00 • MAIO 2021  
[www.supervarejo.com.br](http://www.supervarejo.com.br)

**INOVAR**

NÃO É MAIS QUESTÃO  
DE ESCOLHA



# 18

## **CAPA**

### **Inovação**

Rever processos, testar operações, observar tendências e buscar soluções para problemas do dia a dia, sem perder de foco a experiência do cliente



# 60

## **GESTÃO HAMBÚRGUER**

# 8

## **ENTREVISTA**

Rachel Maia



# 34

## **ESPECIAL SORTIMENTO**



## **COLUNA**

### 6

editorial

## **MERCADO**

### 16

checkout



### 32

vitrine

## **TRENDS**

### 44

consumidor em foco



### 46

experiência



### 82

seção três perguntas sobre...

## **GESTÃO**

### 48

manteiga



### 72

padarias

# Segmento pet EM SUPERMERCADOS



## Considerações iniciais

A categoria pet definitivamente merece mais atenção dos supermercados. Afinal, trata-se de um nicho que fatura mais de 40 bilhões no Brasil e vem crescendo, já que a tendência de humanização dos animais se fortalece com a pandemia. Além do mais, conseguir resolver todas as suas demandas em um só lugar é o que o *shopper* busca atualmente.

## Atenção à exposição

É importante atribuir inteligência estratégica e analítica para nortear o mix de cada loja, assim como revisar o sortimento com frequência, entender o giro, a rentabilidade e o cenário da categoria no mercado. Mas um ponto crucial é a exposição. A gôndola precisa refletir a árvore de decisão do *shopper* e permitir uma boa navegação para facilitar o processo de compra.

## Orientações ao pequeno varejo

Para se tornar mais atrativos e aumentar as chances de reter o cliente, lojistas de menor porte podem mesclar itens de maior giro e demanda a SKUs diferenciados. Organizar a exposição e explorar materiais criativos no ponto natural são outros aspectos que diferenciam o espaço e ajudam a incrementar as vendas.

## Sortimento bem pensado

Para entrar nessa, melhor priorizar SKUs dos universos *pet food* e *pet care*, em detrimento de *pet vet*. Isso porque os itens de alimentação para os bichinhos de estimação têm alta frequência e bom ticket médio. Já dentro dos produtos de cuidados, além de higienizar seus pets, os donos dos animais também se preocupam com seu bem-estar – e estão dispostos a gastar mais para isso.

## Iniciativas *pet friendly* para supermercados

De modo a não afetar o aspecto de higienização da loja tomada por produtos alimentícios, uma ideia é realizar ações em parceria com a indústria. Por que não propor a personalização de uma embalagem de ração com a foto do “melhor amigo” na compra de um valor mínimo? Outra possibilidade é criar um espaço externo para deixar os pets com tutores enquanto os donos fazem suas compras.