

Setor Livreiro em foco: o presente e o futuro das livrarias no Brasil

Juliana Ribeiro, da Allure Consultoria, fala da previsão que vem fazendo sobre o destino do setor e como a inteligência de mercado pode salvar as livrarias. Ela falará deste tema na 27ª Convenção Nacional de Livrarias – a ANL, no dia 29 de Agosto, no Rio de Janeiro.

Conheça a programação: www.anl.org.br



Não é novidade para ninguém que o mercado livreiro mudou nos últimos anos. Desde o público, que em sua maioria opta pelas obras de menos complexidade intelectual, levando as editoras a também apostarem nesse material alternativo, a busca por conteúdos e entretenimentos digitais, até o próprio "formato" das livrarias que agora oferta em seus salões uma grande gama de produtos que não mais apenas livros: brinquedos colecionáveis, jogos de vídeo game, e outros itens passaram a dividir espaço e, em alguns casos, até se tornarem a renda principal desses estabelecimentos.

A consultora Juliana Ribeiro, da Allure Consultoria, pioneira na criação de sua Consultoria de Varejo e Marketing Editorial, tem se dedicado a esse mercado e, especialmente, a identificar pontos a serem melhorados por aqueles que desejam sobreviver diante das mudanças e da crise que o setor enfrenta.

"Este mercado deve, por afinidade e por estratégia comercial, ser vanguardista e cada vez mais preparado, sempre. Ou pelo menos deveria ser. A forma que o cliente vê a livraria mudou, mas a livraria não. Por quê?" - questiona.

Segundo Juliana, Infelizmente, o mercado ainda adota uma postura errônea, com seus líderes e diversos elos da cadeia agindo de maneira conformada e irredutíveis às mudanças.

Um exemplo disto é que em março deste ano, Juliana já se antecipou a esta necessidade de mudança do setor e bateu um papo* sobre o tema com Sérgio Herz, Presidente da Livraria Cultura, sobre a urgência do uso da inteligência de mercado nas livrarias, sua expertise e alvo de seus projetos nos últimos 3 anos.

Ela compartilha conosco alguns dados de suas pesquisas de mercado:

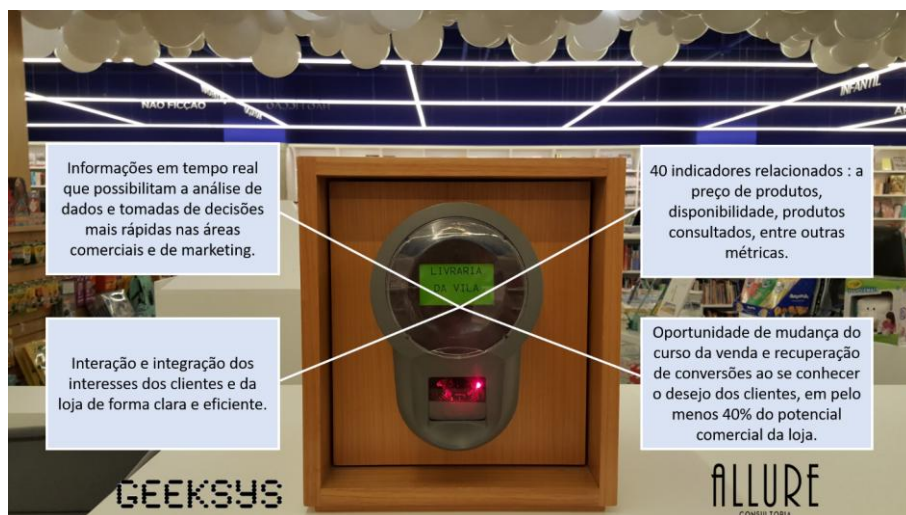
- Em um de seus clientes, a cada 2. 5 milhões vendidos nas livrarias há R\$ 2.6 milhões em intenção de compra que não são vendidos;
- 87% das vendas realizadas em livrarias passa por uma decisão no terminal de consulta de preços;
- A gestão baseada em dados pode fazer lojas menores venderem até 4,5 vezes mais que lojas maiores;
- As livrarias que utilizam análise de dados apresentam resultados 400% superiores às outras;
- Preço de produto inadequado, produtos mal posicionados e vendedores não qualificados são os 3 motivos que mais fazem vendas serem perdidas nas livrarias;

- A Intenção de compra é a nova métrica do varejo, pois permite tomar decisões antes da venda acontecer e antes do estoque acabar.

Pensando nisso, ela sugere algumas estratégias de inteligência de mercado que podem salvar seu negócio e mudar o cenário, para melhor, como um todo nesse segmento:

1- Investir em ferramentas de informatização –

A Amazon já conhece esta tecnologia, e no Brasil já temos um case de sucesso usando o PriceCheck, de seu cliente Geeksys com a Livraria da Vila, aplicando uma ferramenta que mede a intenção de compra dos clientes e que gera diversas análises de dados para a livraria mapear o interesse e potencial de compra dos livros e demais produtos. Isto propicia novas tomadas de decisões nas áreas comerciais e de marketing, onde se abrem janelas para a criação de novos cenários de venda, em tempo real. Isso é o tão falado *Big Data*, na prática, conforme este registro e consultoria abaixo que Juliana prestou para a empresa Geeksys e Livraria da Vila.



Por incrível que pareça, ainda há empresas que trabalham em sistemas rudimentares até na hora de atualizar seus estoques, o que no dia a dia demanda um tempo que poderia ser usado para outras atividades estratégicas. Investir em sistemas modernos é a chave para um controle

maior e para maior monetização de seu negócio. Valorizando os esforços da Livraria Cultura, Juliana reforça a importância do portal *Cultura Insight*, outro alvo de seu estudo e que é um exemplo de uso e disseminação racional, qualitativa de dados, para o setor livreiro se inspirar e criar novos programas e ferramentas de leitura e cruzamentos de informações. Esse setor ainda hoje mal sabe o quanto vende, o que vende, e onde vende.

2- Apostar em uma curadoria de qualidade, para comprar e editar livros - hoje, inúmeros títulos e gêneros literários diferentes figuram entre as prateleiras. Mas é necessário que haja uma curadoria especial em seu estabelecimento, tanto livraria quanto editora, um cuidado com a demanda gerada ou ambicionada, investimentos aplicados e a realidade sobre todos os retornos e cenários possíveis. Faça a seguinte reflexão: "esse livro é interessante em que aspectos? É o tipo de literatura que agrada ao público que quero atingir, atender, e o que quero em meu estabelecimento? Como editora, o que devo publicar e onde posso ter índices de interesse e demandas mercadológicas?. "Nem sempre o que parece ser uma excelente isca para grandes

vendas é o que vai, de fato, fazer a diferença em seu caixa no fim do mês. Além do mais, com uma curadoria afinada, tanto livrarias como editoras podem transformar seu negócio em referência dentro de um segmento ou perfil.”, reforça Juliana.

3- Mantenha seus funcionários motivados e em constante treinamento - como a questão salarial ainda é bem delicada no segmento, há que se pensar em novas formas de manter os vendedores sempre motivados. A Allure, por exemplo, oferece treinamento especial para os vendedores do setor livreiro porque acredita que há muitos fatores que podem contribuir com a rentabilidade do comércio, além do charme desta atividade, a simpatia dos vendedores, os pacotes de publicidade das livrarias, e outras medidas que, combinadas, podem ser a solução para um bom balanço.



Sobre Juliana Ribeiro: consultora comercial e de marketing, palestrante com experiência em varejo e especializada em grandes livrarias e no ramo editorial, tendo atuado em empresas como Livraria Cultura, Livraria da Vila, Grupo Santillana, Grupo Leya , UOL com palestras realizadas para Câmara E-net , Sebrae, ABCOM, ANL, Clássica Distribuidora, Livrarias Leitura, entre outros. Há seis anos é sócia-proprietária na Allure Consultoria, pioneira no setor de atendimento comercial e de marketing à editoras, gravadoras e empresas de TI, como a Geeksys, dedicando-se assim ao desenvolvimento e aplicações de inteligência de mercado.

* depoimento, entrevista e matéria de apoio

<https://www.youtube.com/watch?v=JOCFLlwVbMI&feature=youtu.be>

<http://www.publishnews.com.br/materias/2017/03/28/inteligencia-de-mercado-tracando-a-linha-de-consumo-do-cliente>

<http://exame.abril.com.br/negocios/herz-da-cultura-experiencia-nao-paga-conta/>