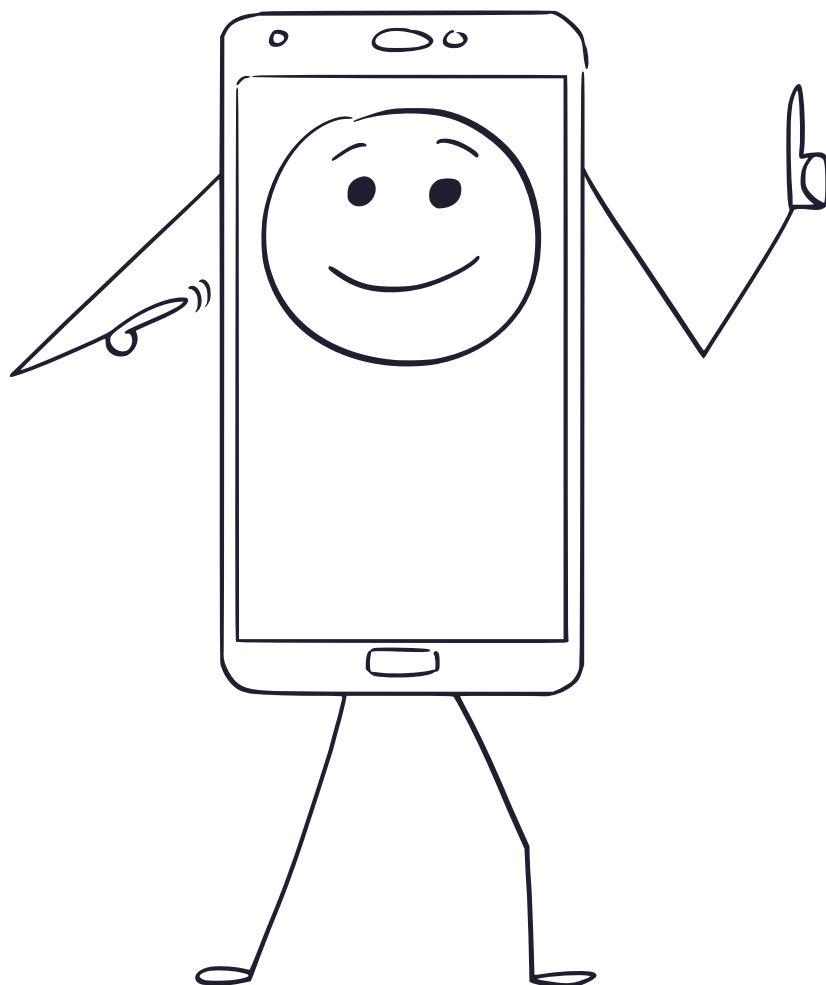


# **TECNOLOGIA NO SUPERMERCADO: A ERA DIGITAL NO SETOR SUPERMERCADISTA**

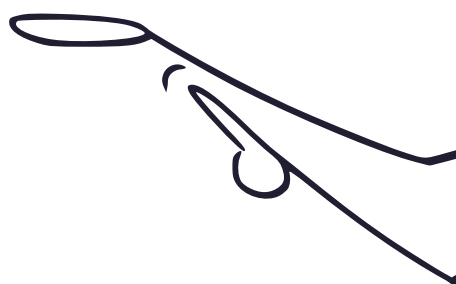


- 1. Quem não está nas redes sociais nos dias de hoje?**
- 2. Qual a importância da presença digital**
- 3. Clientes engajados compram mais**
- 4. Redes sociais utilizadas por supermercados**

# OLÁ ESTAGIÁRIOS!

Sejam bem-vindos a aula:

## **TECNOLOGIA NO SUPERMERCADO: A ERA DIGITAL NO SETOR SUPERMERCADISTA**



Na aula dessa semana  
vocês irão conhecer sobre:  
Quem não está nas redes  
sociais atualmente?; Qual  
a importância da presença  
digital; Clientes engajados  
compram mais; Redes  
sociais utilizadas por  
supermercados

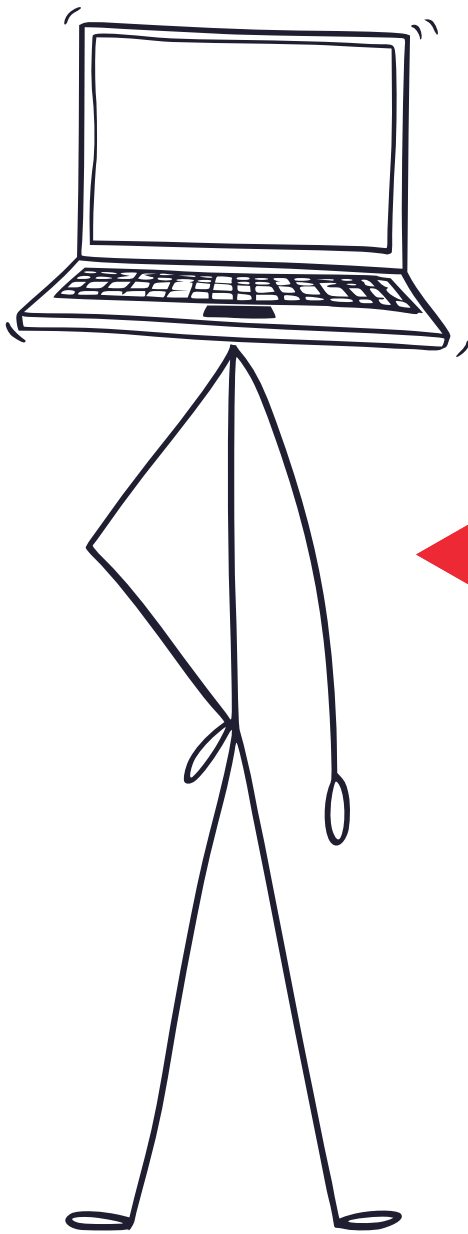
## **BORA LÁ?**





# Quem não está nas redes sociais atualmente?

O mundo contemporâneo passa por um processo de transformação, constantemente influenciado pelas inovações tecnológicas. Com essas mudanças, surge também uma comunicação global cada vez mais ampla, prática e veloz, mediada por uma tecnologia que se comunica, em todos os aspectos, por meio de multiletramentos, de novas culturas digitais.



O Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais em todo o mundo. A constatação é de um levantamento da Comscore. O estudo mostra que esses canais são a preferência dos brasileiros frente a outras categorias online, elevando o país à terceira posição entre as nações que mais consomem redes sociais em todo o mundo – atrás de Índia e Indonésia, e à frente de Estados Unidos, México e Argentina.

Para atrair e vender mais, o setor supermercadista investe em trabalho de social media com o intuito de atingir esse objetivo. Investir no marketing digital do supermercado é uma boa estratégia, seja qual for o porte do negócio. Ao atuar nas redes sociais o supermercado consegue atrair a nova geração de clientes e se destacar da concorrência.



# Qual é a importância da presença digital?

A comercialização de alimentos é um bom negócio porque todas as pessoas precisam se sustentar, mesmo em épocas de crise. Porém, a concorrência cada vez mais acirrada nesse segmento exige que os supermercadistas tomem decisões a fim de se destacarem. E uma opção é a aposta na presença digital.

Estar presente no mundo digital não significa abrir uma loja virtual. Em outras palavras, é ter um site, um blog, perfis nas redes sociais, etc.



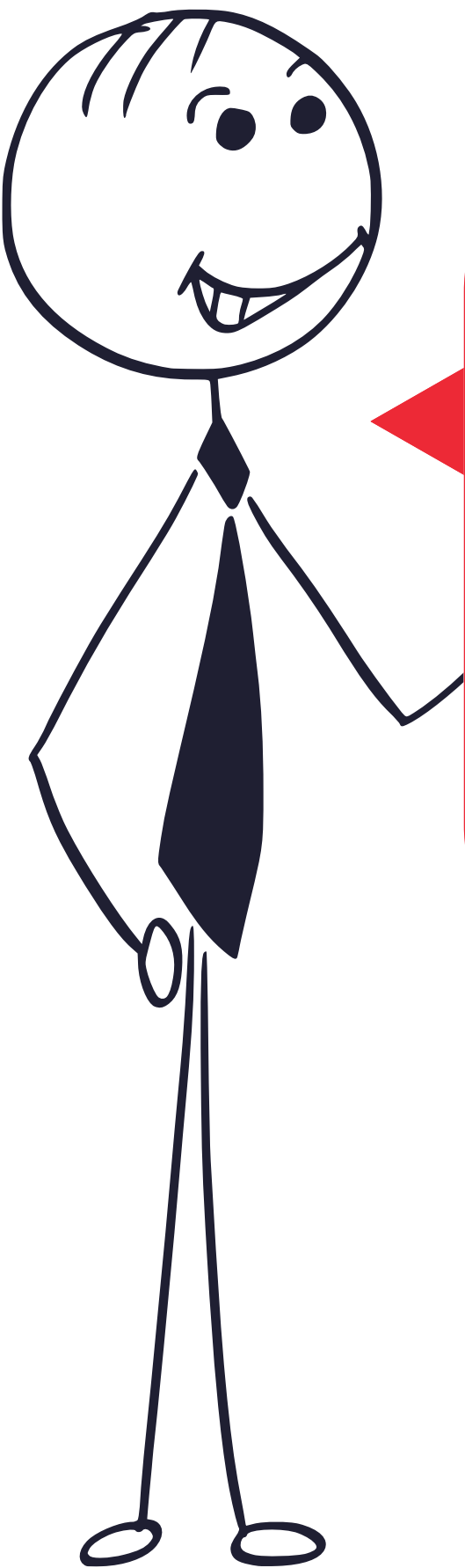
## **Checkoutiano, a loja em que você trabalha possui uma rede social?**

De acordo com a pesquisa Social Media Trends 2019, 96,2% das empresas já adotam as mídias sociais como parte de sua estratégia. Os maiores motivos que justificam a utilização desse canal é a visibilidade online (70,5%), a divulgação de conteúdo e outros materiais (66,1%) e a interação com o público (46,8%).





# Clientes engajados compram mais



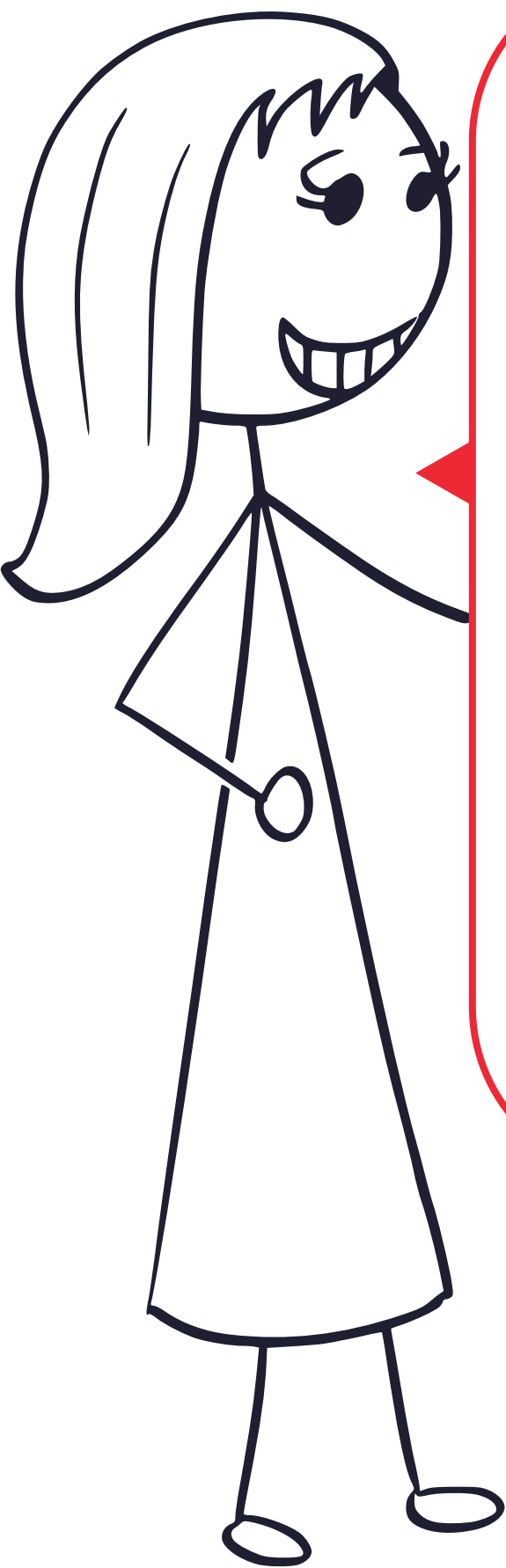
Mesmo assim, existe uma boa parte das organizações que ainda não atuam nas redes sociais. Muitas vezes, o que acontece é que o supermercado tem um site ou página em alguma mídia social que é iniciado, mas não continuado.

A principal justificativa para não usar as redes sociais é "não ter conhecimento suficiente para gerenciá-las". Sendo assim, essa posição deve ser revista juntamente com as demais. Sabe por quê?

A resposta é simples: estar presente no mundo digital aumenta a atração e a fidelização de clientes. Ainda mais, se você contar com uma estratégia de social media bem executada e elaborada. Você pode confirmar essa afirmação pelos seus próprios hábitos.

Quando está pensando em comprar algo, geralmente busca na internet para verificar as opções existentes, encontrar o melhor preço e identificar as empresas mais confiáveis, certo?

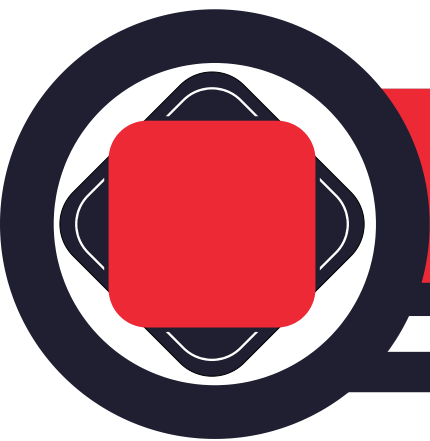




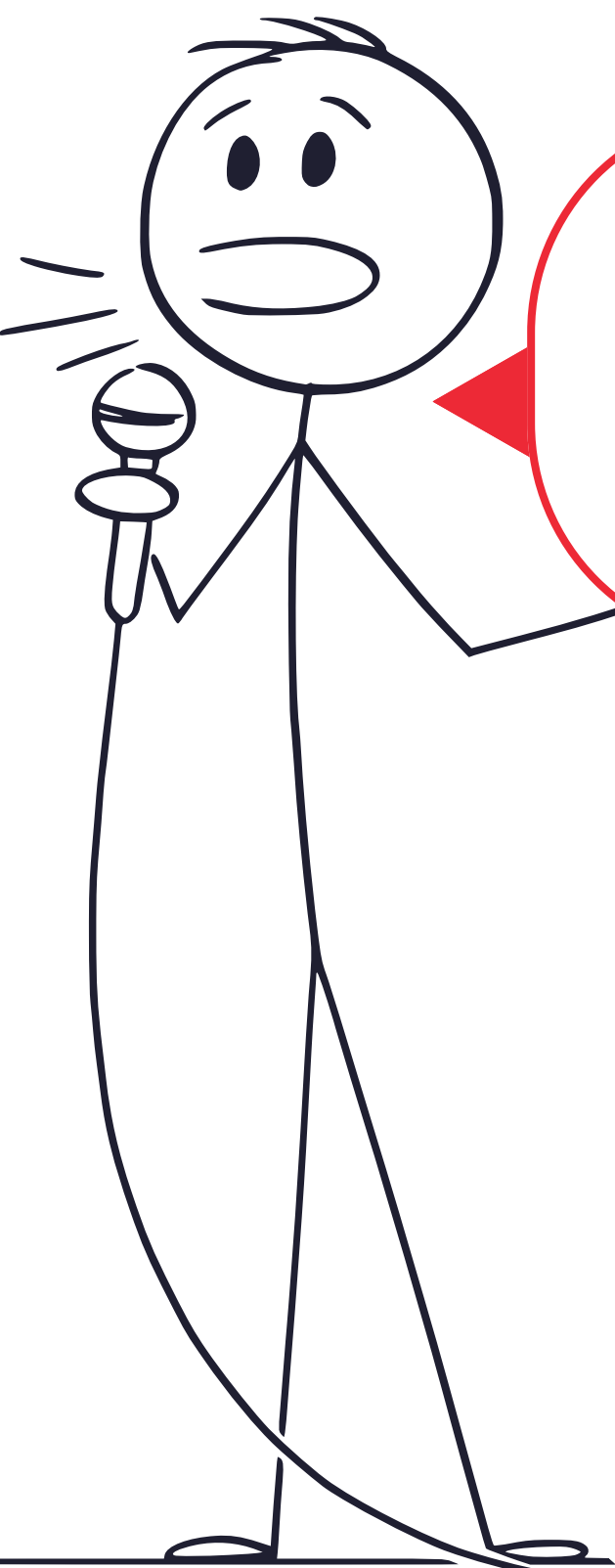
Se você faz isso, por qual motivo o cliente não faria? Clientes engajados compram mais!

A saber, estudos do Google e da Advertising Age, divulgados pelo site Big Data Business, especificam que 9,8% dos consumidores engajados e 40,2% dos hiper engajados adquirem um produto online várias vezes por semana.

Mesmo que o seu supermercado não ofereça a possibilidade de comprar pela internet, acredite: poderá vender mais com as redes sociais. Afinal, esse mesmo estudo do Google e da Advertising Age mostra que 29,5% dos consumidores ficam engajados e interagem mais com a marca devido à atuação nas mídias sociais



## Redes sociais utilizadas por supermercados



Ter ofertas diárias é fundamental para qualquer supermercado. Assim sendo, a divulgação dos preços baixos pode ser feita pelas redes sociais, que possuem a possibilidade de alcançar um público mais amplo.

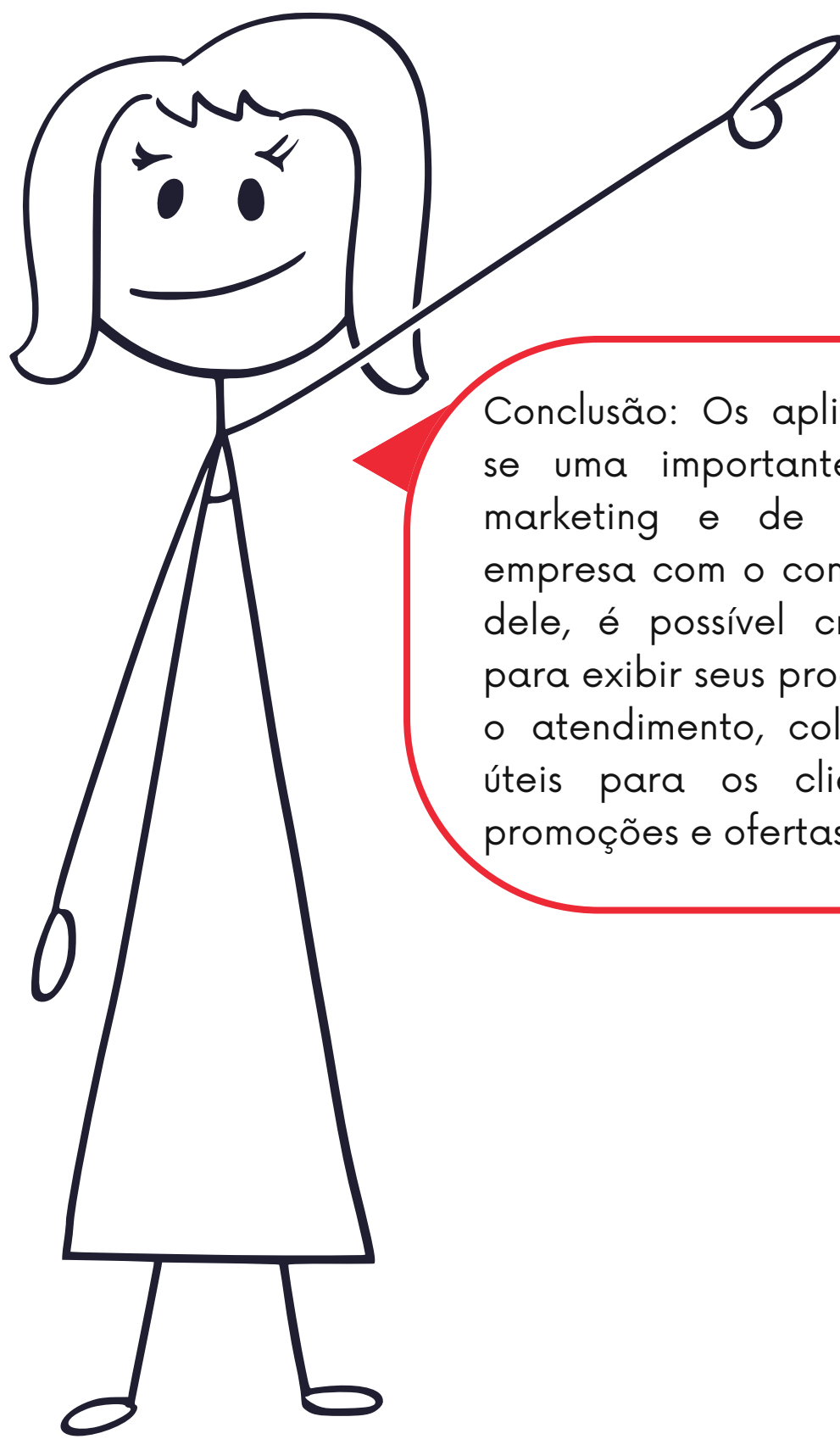
Análise de público por meio de uma pesquisa de mercado



Em contrapartida, esse estudo pode ser divulgado na própria rede social, mas você também pode disponibilizar formulários no supermercado.

sO objetivo é descobrir a classe social e a faixa etária dos clientes, os dias de maior movimento, o local em que os consumidores moram, quais são seus hábitos de consumo, quantas vezes por semana vão ao supermercado, isso ajuda a criar estratégias de vendas.

A partir disso, podem-se criar campanhas voltadas para esses clientes. Só para ilustrar, compradores têm entre 30 e 40 anos e classe social C, o anuncio será de uma promoção de amaciantes ou outros produtos de limpeza.



Conclusão: Os aplicativos tornaram-se uma importante ferramenta de marketing e de aproximação da empresa com o consumidor. Por meio dele, é possível criar um catálogo para exibir seus produtos, automatizar o atendimento, colocar informações úteis para os clientes e divulgar promoções e ofertas.