

DANONE

TOOLKIT

E-COMMERCE





CENÁRIO ATUAL

VERIFICAMOS QUE TODOS OS SEGMENTOS DA CATEGORIA APRESENTAM CRESCIMENTO NAS VENDAS ONLINE:

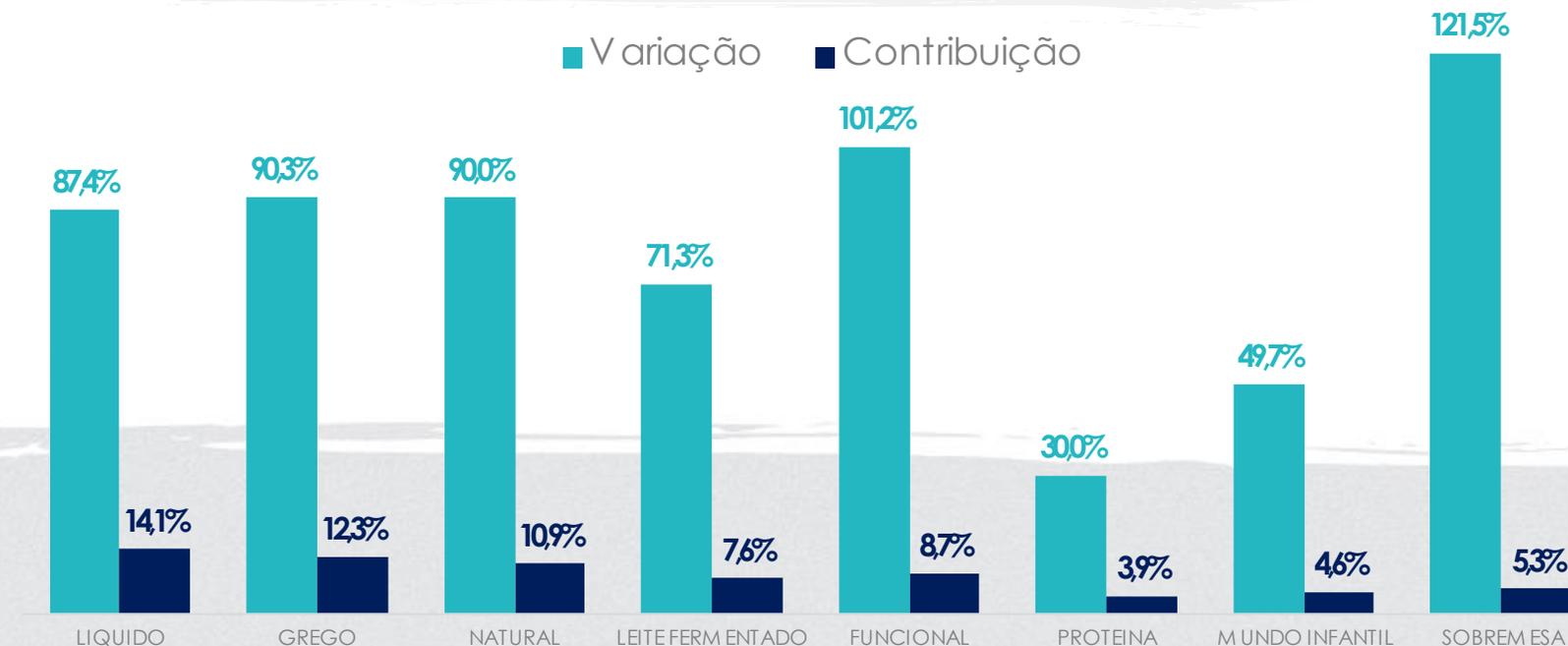
Destaque para
Sobremesas

(+121,5%)

e Funcionais

(+101,2%)

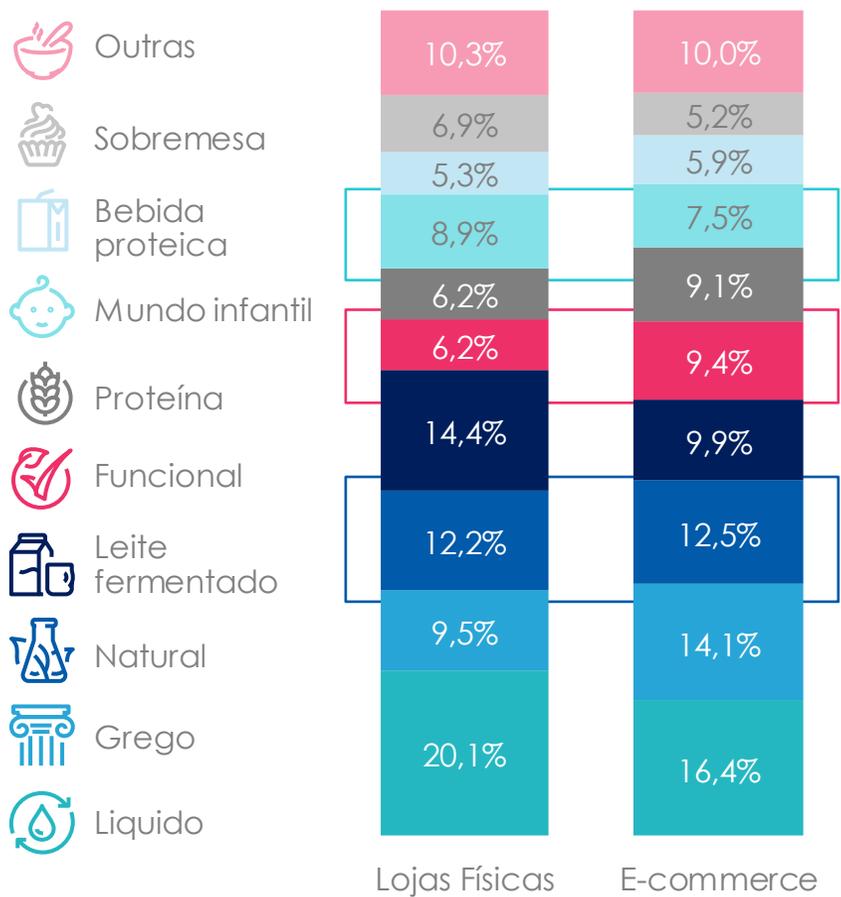
Var % e Contrib % | T. Iogurtes |
T. Brasil | T. E-commerce | Ano Móvel



Fonte: dunnhumby
Período: Ano Móvel (jun/20 – mai/21) vs período anterior

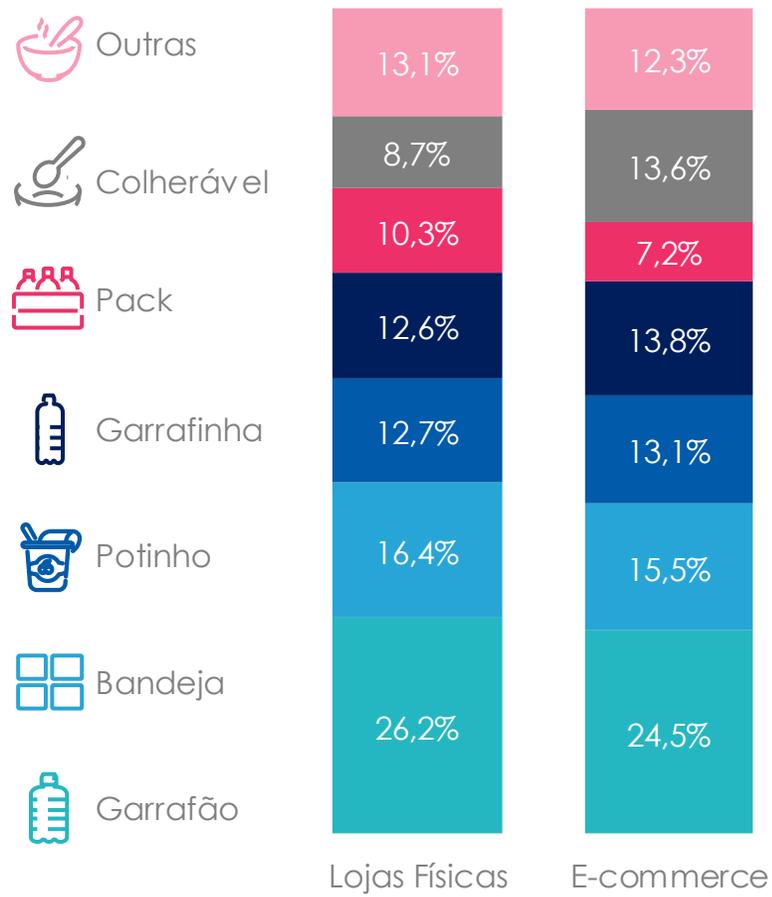
Numa análise mais profunda, verificamos que **segmentos de maior valor agregado tem maior representatividade nas vendas online**

Segmentos



E desses produtos, observamos que **itens individuais, como colheráveis e garrafinhas, são os formatos mais representativos**

Formatos



Fonte: dunnhumby
Período: Ano M Óvel (jun/20 – mai/21) vs período anterior

PERFIL DO SHOPPER



O perfil do shopper é predominantemente composto por:

Mulheres

Entre 35 e 49 anos

Classe A-B



Público premium:

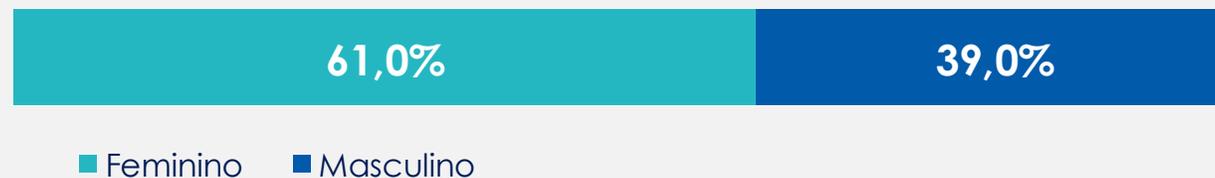
Compra e busca de SKUs diferenciados e com maior valor agregado

E-commerce

Faixa Etária | T. Iogurtes | T. Brasil



Gênero | T. Iogurtes



Fonte: dunnhumby
Período: Ano Móvel (jun/20 – mai/21) vs período anterior



DUPLA EXPOSIÇÃO

CATEGORIAS CORRELATAS

Trazendo maior destaque para a categoria, a dupla exposição de iogurtes com ocasiões de consumo correlatas é uma forma de estimular a compra e experimentação destes produtos.

As pesquisas mostram que quem compra iogurte também procura:



1- LEITE



2- QUEIJO



3- CHOCOLATE



5- BANANA



6- OVO



7- PÃO



10- MANTEIGA



33- IOGURTE

Se relacionam com café da manhã, indulgência e proteicos



DESSA FORMA, É IMPORTANTE INTERLIGAR A EXPOSIÇÃO DE IOGURTES COM AS OCASIÕES DE COMPRA QUE SE RELACIONAM COM A CATEGORIA



CAFÉ DA MANHÃ/MATINAIS

CATEGORIAS CORRELATAS:

- Iogurte
- Leites
- Granola/Cereais
- Manteiga/requeijão/margarina etc,
- Frios
- Pão
- Tapioca

SEGMENTOS PARA IOGURTES

- [Itens familiares] Líquido
- Polpa e Naturais

SNACKS



SAUDÁVEIS

CATEGORIAS CORRELATAS:

- Iogurte
- Barra de cereal
- Salgados/biscoitos saudáveis
- Frutas
- Frutas desidratadas
- Pipoca
- Grãos
- Suco natural

IOGURTES

- [Itens individuais] Light
- Zero Lactose
- Funcional e Fermentado Adulto



INDULGENTES

CATEGORIAS CORRELATAS:

- Iogurte
- Chocolate
- Bolo
- Bolacha
- Sucos
- Achocolatados

SEGMENTOS PARA IOGURTES

- Grego
- Sobremsa

TERRITÓRIO INFANTIL

CATEGORIAS CORRELATAS:

- Iogurte
- Snacks indulgentes
- Suco (produtos para lancheira)

IOGURTES

- Mundo Infantil (Petits, Polpa, Fermentado Infantil, Líquido)

PERFORMANCE

CATEGORIAS CORRELATAS:

- Iogurte
- Ovo
- Pasta de amendoim
- Suplementos

IOGURTES

- Proteicos





DINÂMICA DE COMPRA

NA LOJA FÍSICA É UTILIZADA UMA DINÂMICA QUE CORRELACIONA A MISSÃO DE COMPRA COM OUTRAS OPORTUNIDADES EM SEGMENTOS. ALÉM DISSO, EXISTE O APELO VISUAL DAS GÔNDOLAS DE EXPOSIÇÃO

No E-commerce, há o desafio de adaptação dessa dinâmica à linguagem digital, sem a experiência física e visual do consumidor

A dinâmica de compra no E-commerce segue dois caminhos:



Procura por meio de buscas no site



Busca pelo menu de categorias

ASSIM, É PRECISO GARANTIR A USABILIDADE DO SITE PARA OS 2 CAMINHOS DE BUSCA



LANDING PAGE

É uma forma de melhorar a experiência no site para quem procura iogurtes pelo **campo de buscas**

LANDING PAGE É PÁGINA INICIAL DE UM SITE OU PLATAFORMA DIGITAL, **CRIADA PARA RECEPCIONAR OS VISITANTES**, PODENDO SER FOCADA EM UM FABRICANTE OU EM UMA CATEGORIA.

VANTAGENS:



Ajuda o shopper a **identificar mais facilmente** os produtos procurados



Organiza as **marcas e ocasiões de consumo** dos principais fabricantes



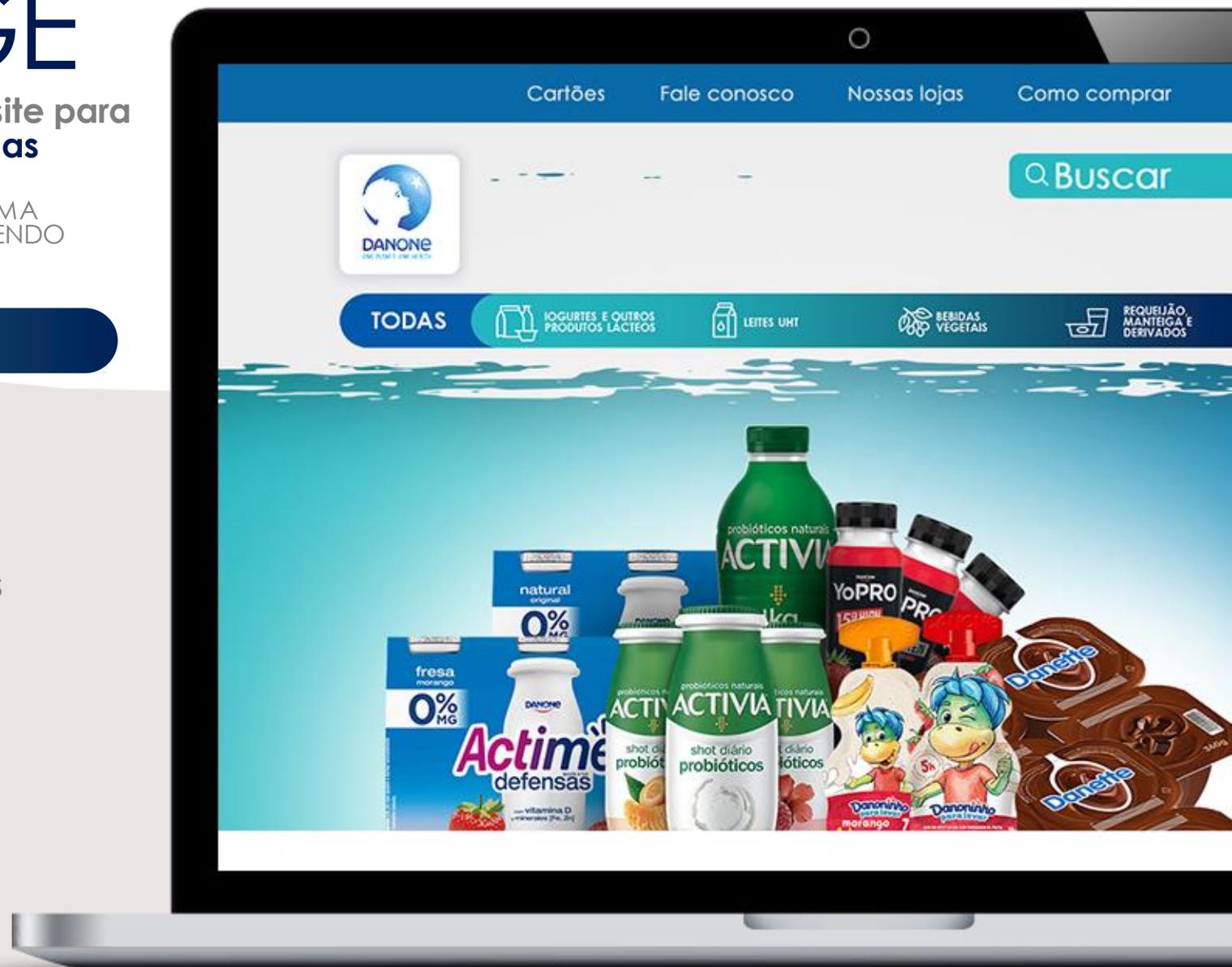
Destaca as **estratégias de marcas e lançamentos**



Educa o **shopper** para as novas categorias e produtos



Facilitador para **parcerias e direcionamentos de tráfego** em redes sociais, divulgando e trazendo maior visitação ao site





EXPOSIÇÃO

Como melhorar a **experiência de compra no site** para quem procura iogurtes no **menu de categorias**



DEPARTAMENTOS

OFERTAS

COLEÇÕES

RECEITAS

MAIS VENDIDOS



FILTROS



IOGURTES E OUTROS
PRODUTOS LÁCTEOS



IOGURTES E OUTROS
PRODUTOS LÁCTEOS

SEGMENTOS



SUBSEGMENTOS



HORTIFRUTI



CARNES



BEBIDAS



MERCEARIA



LIMPEZA

- Líquido e Polpa
- Sobremesas e Gregos
- Proteicos
- Mundo infantil
- Naturais e Saborizados
- Light e Zero Lactose
- Funcionais
- Leite fermentado

- Líquido Individual, Líquido Familiar e Polpa
- Sobremesas, Flan e Gregos
- Proteicos
- Petit, Líquido e Polpa
- Naturais e Saborizados
- Light e Zero Lactose
- Funcionais
- Fermentado Adulto
- Fermentado Infantil
- Imunidade

Tamanho:

- Familiar
- Individual

Formatos:

- Garrafinha
- Colherável
- Individuais
- Potes
- Pack
- Garrafão
- Bandeja



SORTIMENTO IDEAL

No e-commerce, o shopper busca por conveniência e praticidade.

Para garantir sua atenção, um sortimento assertivo é fundamental

Para isso, **tenha no seu E-commerce:**

Para realizar sua revisão de sortimento acesse: gcat.danone.com.br



As marcas mais vendidas



Pelo menos uma marca de primeiro preço



Produtos premium



Os produtos mais vendidos de cada segmento (funcional, proteico, fermentado etc)



Embalagens individuais e familiares



PARA GARANTIR

MELHORES RESULTADOS

NÃO DEIXE DE:



Atualizar as **imagens** e **descrições** dos produtos



Tomar cuidado com promoções constantes pois o consumidor perde referência do preço normal



Deixar em destaque **itens com valor agregado maior** e novidades



Um bom sortimento garante menos ruptura, evita perdas e maximiza seu faturamento.

Dessa forma, você valoriza as marcas de maior margem e rentabilidade.

ASSIM, A ESTRATÉGIA

SUGERIDA TEM 4 FASES:



1

Apresentar a compra de iogurtes com organização e mais conveniência



2

Relacionar a compra de iogurtes com outros produtos da cesta de compras



3

Valorizar os atributos do produto e da marca



4

Relembrar ocasiões de consumo e datas especiais

- Inserção de iogurtes nas ocasiões de consumo correlatas
- Lembretes em datas como Black Friday, festival de iogurtes, etc

MONITORAMENTO



O monitoramento do **E-commerce** gera **importantes resultados** para análise e reformulação da estratégia comercial

Atenção para os seguintes pontos:

- Após a implementação das recomendações, **espere pelo menos 3 meses para avaliar os resultados** e fazer algum ajuste caso necessário
- Faça revisões de sortimento com **constância e periodicidade, para sempre entregar o melhor portfólio** para seus consumidores

E conte sempre com a área de E-commerce e GC da Danone!

- Para **tirar dúvidas**
- Entender tendências
- Receber mais **informações sobre a categoria**



CLIQUE E SAIBA MAIS SOBRE O GERENCIAMENTO DE LEITES E BEBIDAS VEGETAIS NO CANAL DIGITAL



Contato:

Portalgc.danone.com.br
Email: gc@danone.com