



# NOVOS MODELOS DE **NEGÓCIOS**

**RECOMMERCE  
DA MODA**  
LOJAS DE  
REVENDA ONLINE



**OUTUBRO/  
NOVEMBRO**  
2021

## APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Se você é um empreendedor que aposta na união da moda com a tecnologia, o Sebrae tem uma novidade para o seu negócio.

O hiperconsumo e o desperdício são dois grandes problemas do mundo da moda. Contudo, nos últimos anos as pautas da sustentabilidade ganharam força e o conceito de moda sustentável cresceu.

É o caso do recommerce, que significa recomércio e que muitas vezes é chamado de revenda ou comércio reverso. Este modelo nada mais é do que a compra e venda online de artigos de segunda mão. E na prática, roupas, calçados e acessórios usados são reformados e voltam para o varejo em um formato.

Inspirado no bom e velho brechó, o formato não é novo. Empresas como Mercado Livre, OLX, Ebay entre outras cresceram em torno desse modelo. Entretanto, no varejo de moda a tendência está em alta e traz oportunidades de bons negócios para empresas e principalmente para o consumidor final, que, na recompra, consegue consumir produtos de forma mais acessível e com propósito.

O recommerce é uma estratégia que une tecnologia e sustentabilidade para ajudar pequenos negócios a revenderem itens que se encontram parados em suas lojas. Isso estimula o giro nos estoques e o fluxo de caixa das empresas, contribuindo com o micro empreendedor e com o planeta ao mesmo tempo.

### RECOMMERCE NO BRASIL



No Brasil, a Enjoei foi lançada, em 2009, o primeiro em formato de blog de revenda de roupas de forma mais intimista e, com a popularidade, se transformou em loja virtual em 2012.



## SERVIÇOS

### >> VENDA DE PRODUTOS DE ALTO VALOR AGREGADO OU MERCADO DE LUXO.

Neste novo modelo de negócio, é possível direcionar as vendas de roupas, calçados e acessórios usados, somente quando forem de grifes. Assim, é possível facilitar o acesso a essas peças caras.

---

### >> REFORMAS DE ROUPAS USADAS

Ao receber as peças usadas, a empresa que realiza a revenda pode disponibilizar o serviço de reformas de peças e assim, customizar o produto para o cliente e ainda dar maior qualidade ao mesmo.

---

### >> UPCYCLING

Criação de peças com resíduos ou produtos não utilizados

---



## MERCADO

O Recommerce está se inserindo na economia circular como um modelo que vai contra a lógica de extração, produção, consumo e descarte de recursos finitos.

**SEGUNDO A DADOS DA GLOBAL DATA, O SETOR DEVE DOBRAR SEU FATURAMENTO ATÉ 2024**



Elevando a

**R\$ 360  
Bilhões**

Em faturamento



# PERFIL DO CONSUMIDOR

A digitalização e a valorização dos vários aspectos de sustentabilidade são pontos de grande influência nas escolhas do consumidor que é fluido, hiperconectado, otimista, criativo, experiencial e compartilhador. Conheça as tendências de comportamento da clientela desde modelo de negócio.



## REFORMA SOCIAL

Os consumidores desejam comprar de empresas comprometidas com as mudanças sociais que almejam. Redução das desigualdades, inclusão de minorias e direitos trabalhistas garantidos estão entre as exigências desse público.

## MEGA CONVENIÊNCIA

Em um mundo multitarefa e digital a conveniência é uma demanda crescente. Deliveries, customizações, produtos práticos e prontos, kits inteligentes, assinaturas, streamings, compartilhamentos.

## SUSTENTABILIDADE HUMANA

Preservar e melhorar a qualidade de vida humana para uma vida sustentável visando acesso e equilíbrio da saúde e bem estar, educação, segurança emocional, física e digital.

## MINIMALISMO E DURABILIDADE

Os consumidores mais conscientes buscam adquirir menos peças, optando por um consumo minimalista direcionado apenas a itens essenciais. Por consequência, querem usar as roupas mais vezes e por mais tempo.

## MENTE ARTESÃ E LOCAL

Desconfiados das práticas de grandes indústrias, os consumidores confiam cada vez mais no senso de comunidade e na sensação de que consumir artigos artesanais e próximos de casa é mais seguro do que de grandes corporações.

## DISPOSIÇÃO PARA PAGAR MAIS

Segundo dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI), quatro a cada dez consumidores brasileiros se preocupam com o consumo de produtos ambientalmente corretos, e três a cada dez estão dispostos a pagar mais por eles.

## INCLUSÃO GENUÍNA E BOICOTE:

Não há espaço para preconceitos, bullying, violência contra a mulher. Cada vez mais as empresas devem apresentar propostas que destaquem a identidade de gênero, direitos igualitários e corpos reais.



## ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



### INSTAGRAM

Aposte na criação de conteúdos de valor com foco em sustentabilidade, nas vantagens do consumo de produtos de segunda mão, além de tutoriais que explorem o universo da sustentabilidade na moda, como por exemplo customização de produtos, dicas de lavagem para melhor conservação.



### TIK TOK

Tutoriais simples que podem contar com parcerias de consultoras de imagem e influenciadoras, com dicas de uso e combinações, dicas de conservação, dicas de upcycling e transformação de peças.



### WHATSAPP

Estreitar o relacionamento com o cliente e fechar a venda é muito importante no contexto digital e o WhatsApp é um canal perfeito pra isso. Seja transparente e detalhista com seu cliente, explicando detalhadamente a origem e a conservação das peças.



### PINTEREST

Crie uma galeria de fotos conceito com produtos de revenda, histórico das roupas vendidas, explorar imagens de moda que possam incentivar o consumo de determinadas peças.



## CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

 DIGITAL	 CANAL	 BENEFÍCIO
	<b>Redes sociais</b>	<p>Escolha uma rede social que valorize o contato, o relacionamento e a imagem. O Instagram combinado com WhatsApp é uma excelente opção para começar.</p> <p>Invista na produção de conteúdo de valor trazendo as temáticas da sustentabilidade e as vantagens do mercado de usados.</p> <p>Explore sua marca criando uma identidade visual atraente e conectada com o consumidor moderno – o seu perfil é o cartão de visitas do seu negócio.</p> <p>Responda comentários, mensagens diretas e interaja com o seu público nas redes sociais, afinal antes de redes de compra são redes de relacionamento.</p>
	<b>Marketplaces</b>	<p>Avalie os <i>marketplaces</i> especializados em second hand para investigar sua adesão considerando as taxas de comissionamento e o pacote de serviços oferecidos.</p> <p>Invista em impulsionamento para melhorar o ranqueamento da sua loja dentro do marketplace, ampliar a visibilidade e gerar mais vendas.</p> <p>Estruture uma operação logística eficiente e considere os cuidados com logística reversa.</p>
	<b>Lojas virtuais e e-commerces</b>	<p>Invista em uma plataforma segura com um suporte confiável.</p> <p>Ofereça as principais formas de pagamentos do mercado.</p> <p>Desenvolva uma estratégia de marketing e branding alinhada com o seu negócio e alie a divulgação às mídias sociais.</p> <p>Aposte no atendimento humanizado e eficaz, na geração de experiência como cliente e no relacionamento.</p>

# TENDÊNCIAS

Este novo modelo de negócio apresenta diversas oportunidades e vantagens para os pequenos negócios. Para que o microempreendedor possa aproveitá-las é preciso ficar de olho nas tendências que o mercado do recommerce aponta.

## NOVO PÚBLICO CONSUMIDOR

Quando seu e-commerce abre espaço para a venda de produtos de segunda mão, abre espaço para um público diferente. São consumidores que estão procurando itens de qualidade, mas que não podem pagar pelo preço de um novo. Desse modo, mais um perfil de consumidor é adicionado como potencial cliente de seu empreendimento. A estratégia amplia tanto o número de possíveis compradores como traz diversidade em hábitos de consumo, o que é ótimo para otimizar o funil de vendas.

## CURADORIA DE PRODUTOS

É importante que o empresário entenda que recommerce não é a venda de produtos antigos, pouco atraentes. Trata-se de um mercado que investe em ressignificar produtos e gerar novo desejo de compra. Assim, o principal desafio é a curadoria das peças que envolve os processos de compra, requalificação e ressignificação para então vender novamente os produtos de segunda mão para o consumidor final.

## ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Importante lembrar que o recommerce, com todo o seu apelo focado na sustentabilidade e no propósito do modelo de negócio tem como ponto alto na sua estratégia de vendas a ética e a transparência nos processos e em comunicar isso de forma clara para o consumidor é um fator chave para o sucesso do negócio. Por isso, seja bastante claro sobre as condições das mercadorias anunciadas, oferecendo descrições e fotos detalhadas de cada item e informando as suas principais características e possíveis defeitos.



## CASOS DE EMPRESA

### GRINGA

Recommerce de acessórios de luxo, a Gringa tem como sócia fundadora a atriz Fiorella Mattheis. O objetivo da empresa é proporcionar excelência no serviço de consignação, estendendo a vida útil dos produtos e promovendo a economia circular a fim de diminuir os impactos dessa indústria no planeta. A marca investe em curadoria, autenticação e higienização a fim de disponibilizar produtos em excelente estado. Seu lema é o amor pela moda, e o desejo de ressignificar nosso consumo. Conheça a marca no link: [gringa.com.br](http://gringa.com.br)