

RECOMMERCE: GUIA COMPLETO PARA FAZER OS MELHORES BRECHÓS E BAZARES



INTRODUÇÃO3

O QUE É RECOMMERCE?5

COMO OS BRECHÓS E OS BAZARES ESTÃO
IMPACTANDO O MERCADO DA MODA?7

POR QUE APOSTAR NO RECOMMERCE?.....10

COMO MONTAR UM RECOMMERCE?..... 13

CONCLUSÃO 20

SOBRE O SEBRAE PE.....22



INTRODUÇÃO

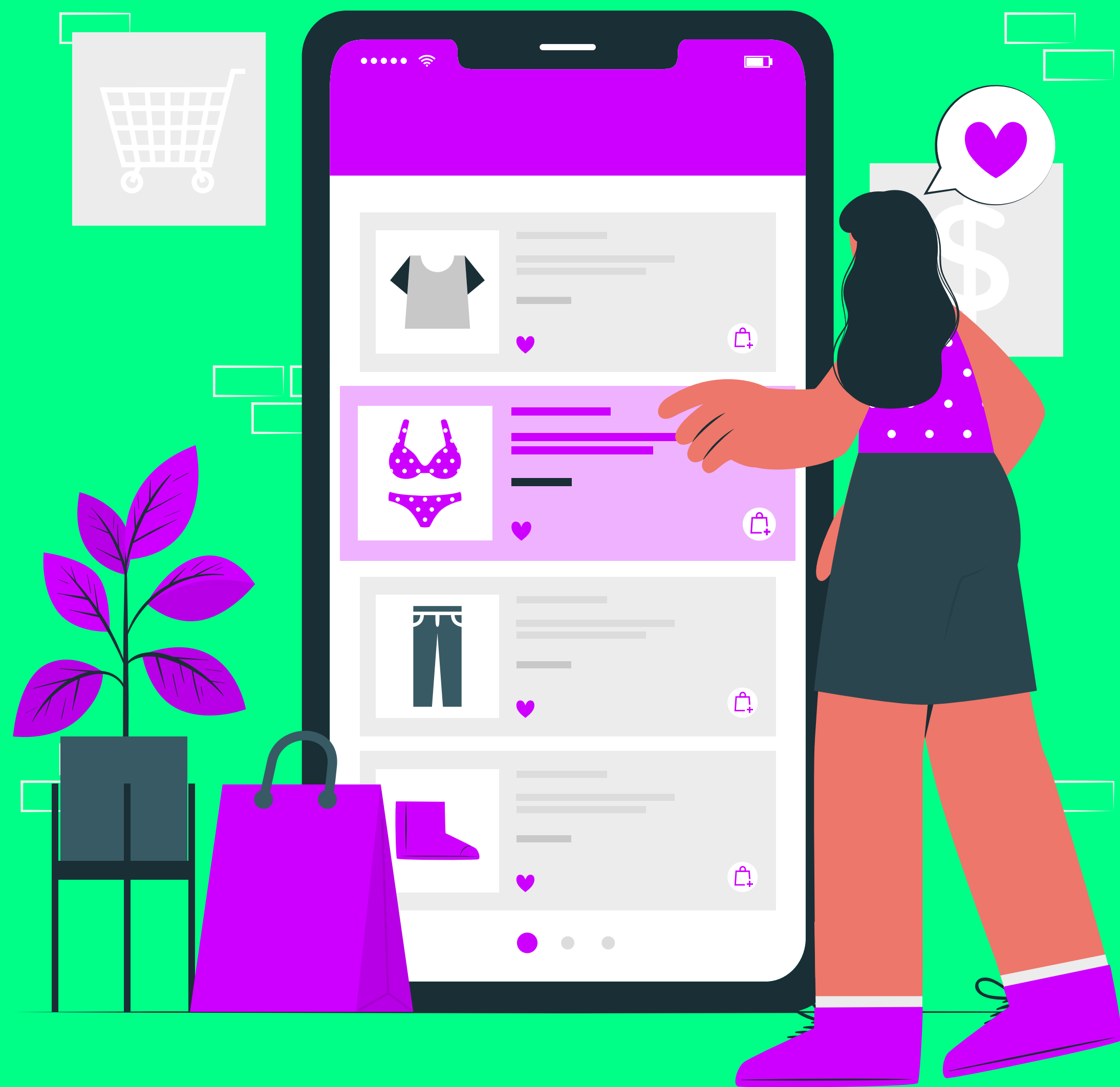
Hoje em dia, **as pessoas têm se preocupado cada vez mais com o consumo sustentável**. Consequentemente, as empresas têm se conscientizado quanto ao tema, investindo progressivamente em estratégias que contribuam para a reutilização de materiais.

De acordo com o relatório [Consumidor do Futuro de 2022](#), elaborado pela WGSN, uma tendência observada entre as novas gerações é a **ecoansiedade**. Segundo o documento, trata-se de “*uma preocupação crônica com as consequências geradas pelo aquecimento global*”.

Justamente por isso, promover um consumo consciente e incentivá-lo tem sido pauta de corporações de todos os nichos. Nesse cenário, o recommerce se destaca.

Neste e-book, vamos explicar o conceito, como vem impactando o mercado da moda e quais são as principais dicas para iniciá-lo. Continue a leitura e tire as suas dúvidas!





O QUE É
RECOMMERCER?

Existem dois conceitos que já são bastante conhecidos nos dias de hoje. O primeiro deles é o e-commerce, ou comércio eletrônico. Como sabemos, o termo se refere a sites cujo objetivo é vender produtos e garantir a satisfação do consumidor com a entrega desses materiais.

O segundo envolve brechós e bazares. Inclusive, trata-se de um conceito bem mais antigo e de **um tipo de empreendimento que é encontrado em diversas regiões do país**. Nesse formato, há a oportunidade de os consumidores encontrarem itens usados a um preço muito mais acessível em comparação a mercadorias novas, **o que já é naturalmente uma prática sustentável**.

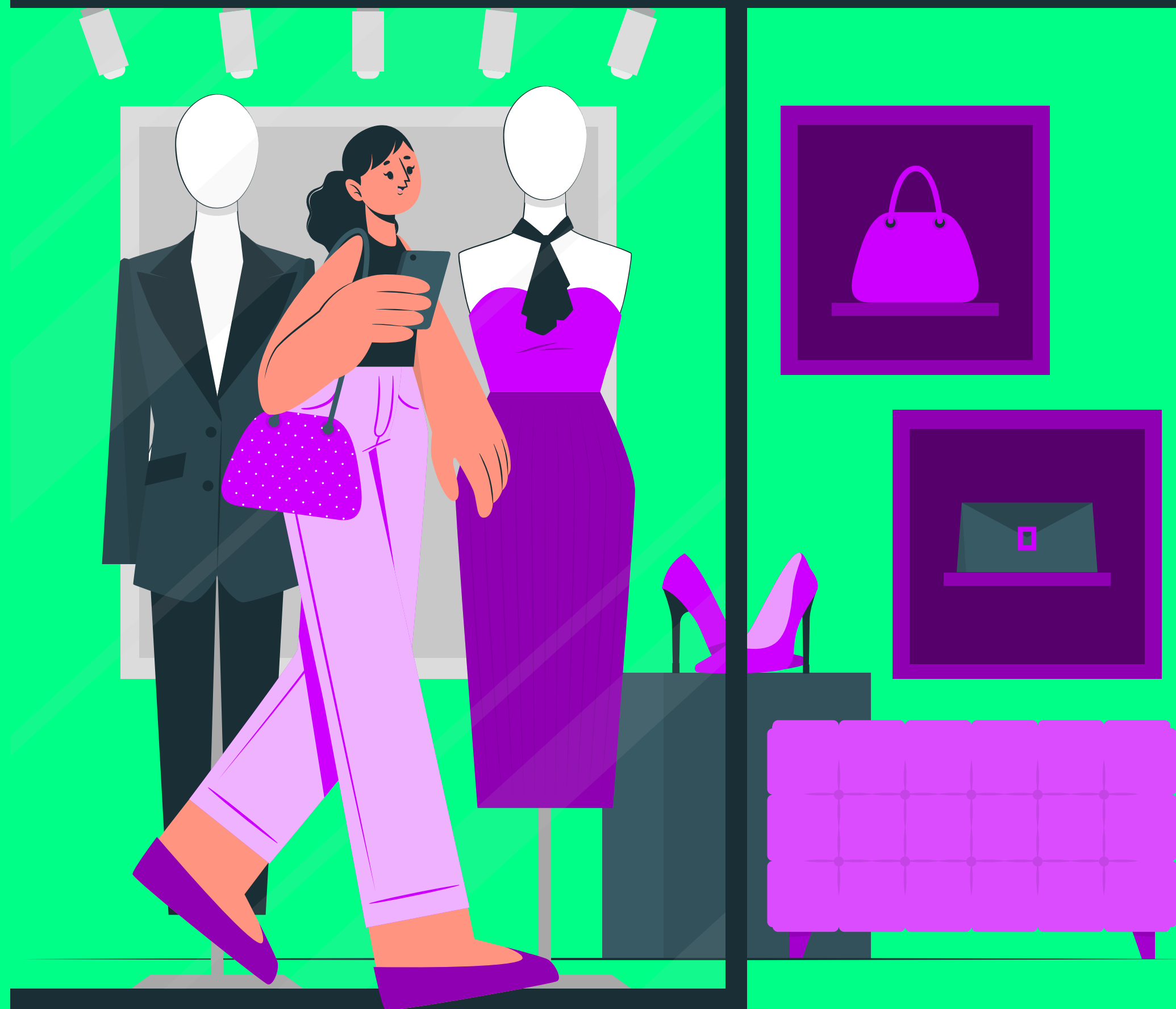
Diante desse contexto, temos o recommerce. **Ou seja, estamos falando justamente da venda de produtos usados por meio eletrônico**. Temos, então, o e-commerce de revenda — também conhecido como comércio eletrônico reverso.

No Brasil, por exemplo, há cases que chamam atenção até mesmo de outros países, como é o caso do Enjoei, que se trata de um marketplace próprio para que os usuários possam acessar o canal e divulgar os seus produtos. Outros exemplos são a OLX e até mesmo o Mercado Livre, nos quais você encontra tanto itens novos quanto usados.

Um ponto que vale destacar é que esse tipo de prática, **além de tornar o consumo mais sustentável**, tem garantido mais facilidade para que as pessoas possam comercializar mercadorias usadas. Afinal, até poucos anos atrás, a única alternativa que se tinha era justamente recorrer a brechós e bazares físicos.

Atualmente, porém, há a oportunidade de ampliar significativamente o alcance de público e vender os produtos para qualquer lugar do Brasil sem envolver altos custos.

BRECHÓ



COMO OS
BRECHÓS E OS
BAZARES ESTÃO
IMPACTANDO O
MERCADO DA
MODA?

Como dito, **brechós e bazares não são novidades**.

Desde muito tempo, encontramos esse tipo de negócio em diversas localidades.

O que muda, com a tecnologia, é o alcance. Se, antes, você tinha a oportunidade de encontrar esse tipo de empreendimento apenas em sua região, hoje em dia, consegue acessar diferentes sites para a busca de produtos usados.

Dessa forma, é indiscutível que o impacto no mercado da moda pode ser sentido de inúmeras maneiras. A seguir, explicaremos um pouco mais sobre isso!

Alcance de novos consumidores

O primeiro ponto a ser destacado é, como dito, o alcance de novos consumidores. Até mesmo pessoas que ainda não tinham o hábito de consumir produtos usados, com a facilidade de acesso a itens e empreendimentos que focam esse nicho, podem começar a usufruir dos diferenciais trazidos por brechós e bazares.



Atingimento de um público mais abrangente

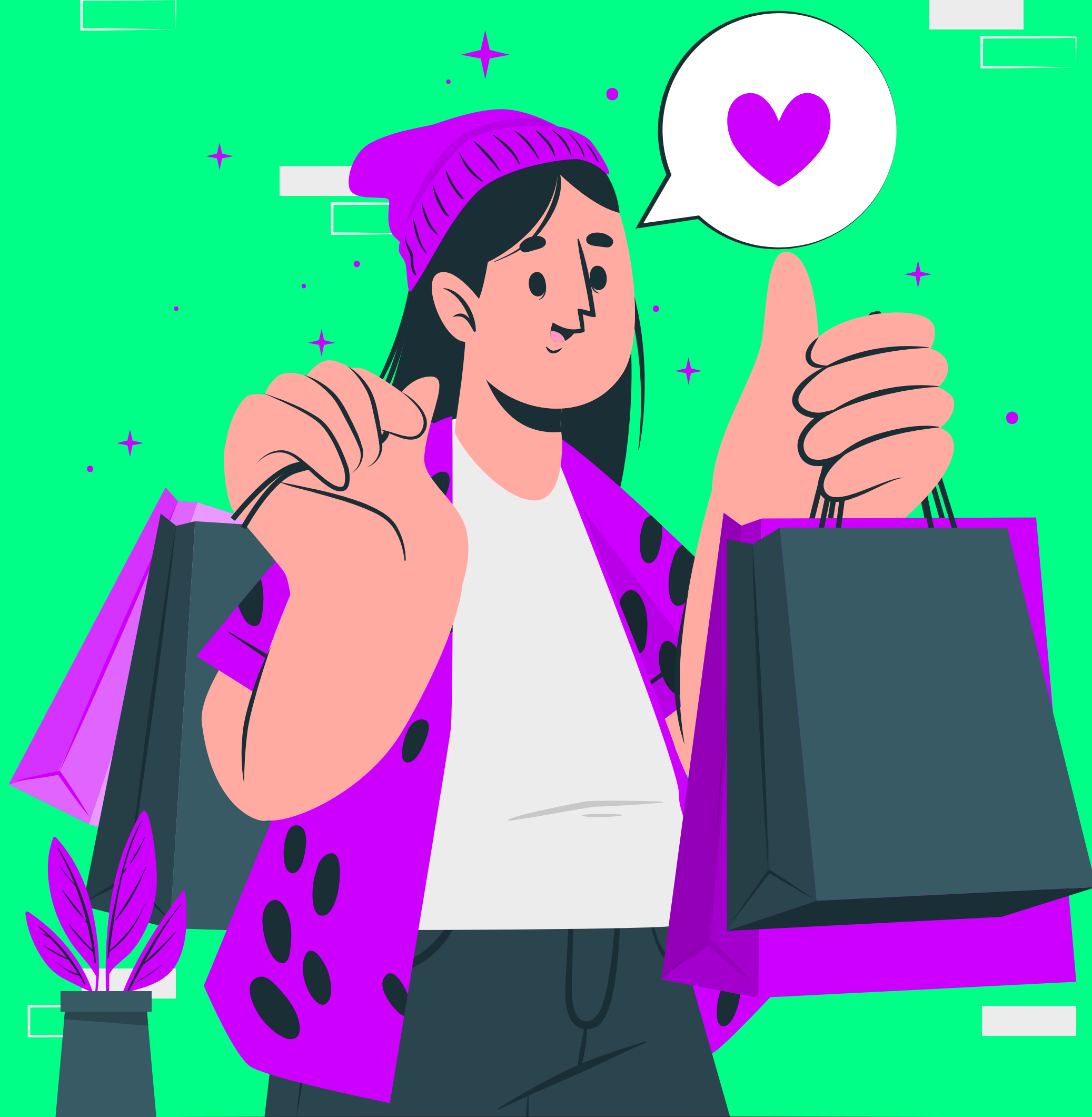
Outro tópico que se destaca é o fato de que há a oportunidade de alcançar um público mais abrangente. Como abordamos, hoje em dia, as pessoas têm uma preocupação maior em relação à manutenção de um consumo mais sustentável.

Desse modo, ao investir em um recommerce, você vai ter a possibilidade de chegar a diferentes tipos de consumidores. **Essa vantagem é especialmente notória quanto se trata daqueles públicos que “abraçam” a ideologia de reaproveitamento.**

Acesso a oportunidades de expandir culturas

O recommerce também impacta o mercado da moda como uma forma de expandir as culturas. Por exemplo: existem peças de roupas artesanais que só podem ser encontradas em determinadas regiões.

Agora, porém, quem está em Pernambuco e deseja vender itens usados típicos da região não precisa mais se limitar aos turistas e às pessoas que residem no local. Nesse sentido, **qualquer um pode ter acesso a esses materiais, identificar os aspectos únicos do artesanato local e até propagar o que há de mais rico em nosso país, independentemente de onde mora.**



**POR QUE
APOSTAR NO
RECOMMERCE?**

A seguir, selecionamos algumas das principais vantagens de brechós e bazares e por que vale a pena investir no recommerce como uma estratégia. Fique de olho!

Mais lucros por um baixo investimento

A possibilidade de ampliar o lucro do brechó ou do bazar é um dos diferenciais que mais chamam atenção quando nos referimos ao recommerce. **As vendas on-line têm expandido muito nos últimos anos — especialmente no período pós-pandemia.**

Para se ter uma ideia, no ano de 2022, pequenos e médios negócios faturaram 2,7 bilhões em vendas. O ticket médio, inclusive, teve um aumento de 12,5%, alcançando R\$ 246,81.

Isso nos leva a concluir que investir no mercado digital não se trata mais de um diferencial, mas, sim, de uma necessidade para quem quer ter resultados mais atrativos. O que mais chama atenção é que não é necessário haver um grande investimento. Em outro tópico, mencionaremos mais detalhes sobre o que é preciso ser feito para criar um canal e iniciar as suas vendas.





Maior envolvimento do público

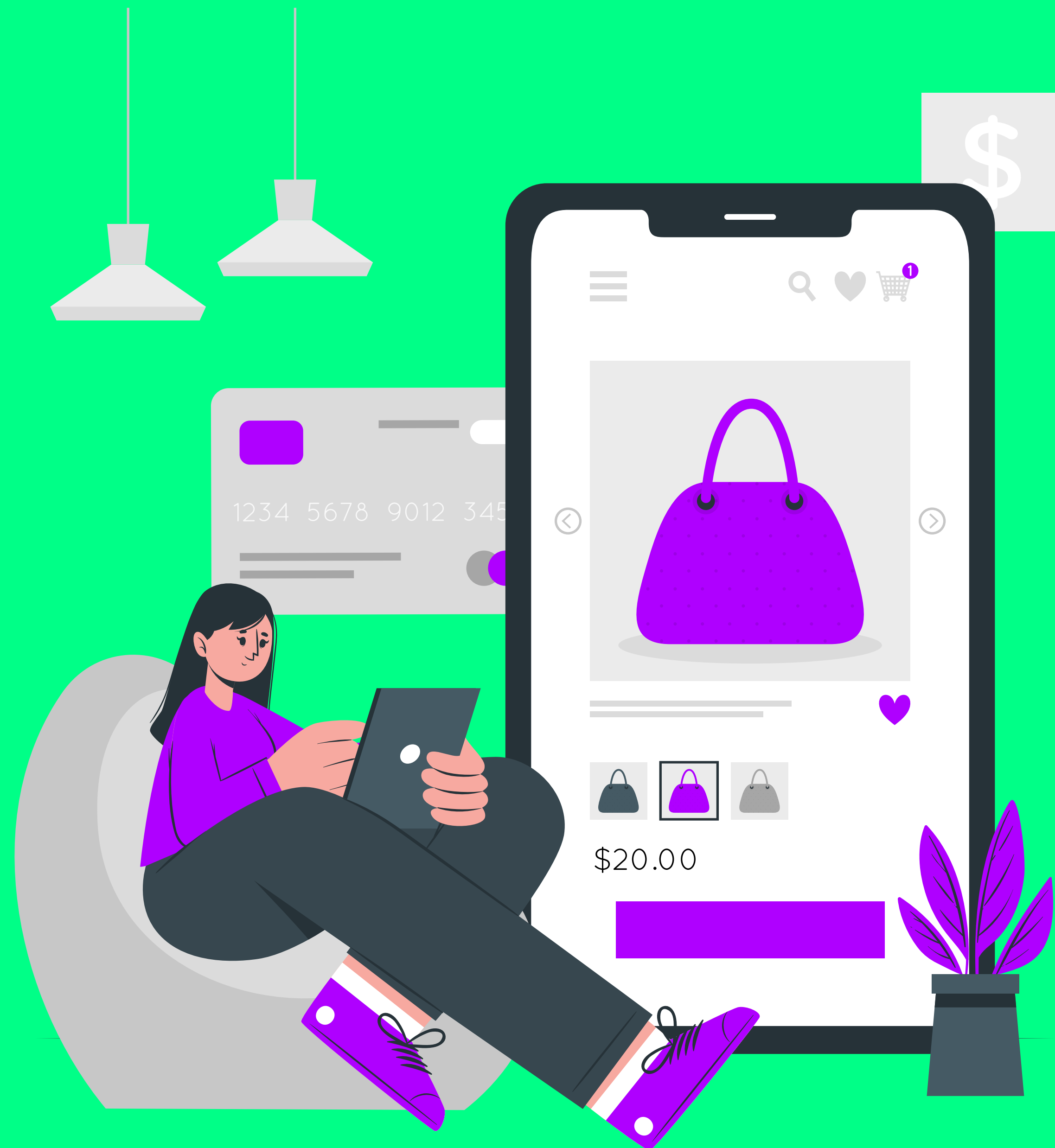
O cenário digital não deve se resumir a um único canal. Se você investe no recommerce, precisa também contar com outras redes para divulgar o seu trabalho e, consequentemente, ampliar o seu alcance.

Acredite: tudo isso contribui para contar com um maior envolvimento por parte do público, que terá a possibilidade de interagir mais e de se tornar propagador da sua marca.

Elevação da competitividade do mercado

Tornar o mercado competitivo é um aspecto que traz ganhos tanto para as empresas quanto para os consumidores. Enquanto as marcas precisam trabalhar para entregar um melhor produto ao seu cliente no intuito de se diferenciar dos seus concorrentes, as pessoas podem usufruir de preços mais atrativos e de um ótimo atendimento em diferentes canais, além de terem mais oportunidades de escolha.

Com brechós e bazares levando os seus materiais para diferentes canais, surge uma oportunidade para que outras empresas repensem as suas políticas. Ou seja, é possível que essas corporações comecem a entender a necessidade de oferecer materiais a um valor mais em conta, trabalhando também, é claro, em prol da satisfação do cliente.



**COMO MONTAR
UM RECOMMERCER?**

Agora que você já conhece algumas das principais informações a respeito do recommerce, explicaremos como é possível montar uma estratégia e, principalmente, de que maneira torná-la um sucesso. Confira!

Conheça o seu público e a sua persona

Uma dúvida muito comum de quem está iniciando qualquer tipo de negócio está relacionada à diferença existente entre público e persona. Enquanto o primeiro é mais abrangente, o segundo diz respeito à representação semifictícia do seu cliente ideal. A seguir, veja exemplos:

- **público** — pessoas entre 20 e 40 anos que desejam produtos sustentáveis e optam por roupas e acessórios usados devido à sua ideologia;

- **persona** — Clarice, 27 anos, formada em Nutrição, adquire roupas e acessórios apenas em bazares e brechós. No entanto, mais recentemente, tem sentido falta de encontrar empreendimentos como esse em sua região. Ela se informa especialmente pelo Instagram e por blogs de credibilidade, assim, por meio de informações confiáveis, identificou que existem sites cuja venda é focada apenas em produtos de segunda mão. Os diferenciais que Clarice busca nesses canais são a qualidade dos anúncios, a eficiência da entrega e o grau de semelhança entre o que é anunciado e o que é enviado.

Percebe como a persona traz muito mais informações a respeito do seu potencial cliente? Com o objetivo de defini-la de maneira mais precisa, é importante aplicar questionários, fazer pesquisas com a sua base e analisar essas informações, **buscando pontos em comum**.



Ofereça produtos exclusivos

Brechós e bazares também podem oferecer produtos exclusivos. Como mencionamos em tópicos anteriores, um dos diferenciais do recommerce é a possibilidade de expandir a cultura local para todo o país.

Então, se você optar por disponibilizar peças específicas do estado de Pernambuco, por exemplo, o seu recommerce vai se destacar perante os concorrentes, contribuindo para resultados mais relevantes. Além disso, é fundamental que o site seja bem organizado por categorias para que as pessoas encontrem facilmente o que procuram.

Suponhamos, por exemplo, que o seu brechó virtual aposta em todos os tipos de peças. Nesse caso, é necessário contar com uma página apenas para camisas, outra para bermudas, outra para acessórios e assim por diante. **Tudo isso contribui para a experiência do consumidor**, que abordaremos mais adiante, tornando-o mais positiva.

Aposte na divulgação do seu recommerce

No momento de definir a sua persona, é importante identificar quais são os principais canais utilizados por ela para absorver informações. A partir disso, há a possibilidade de identificar o tom de voz necessário para atingir a sua audiência, bem como de definir as plataformas utilizadas para a divulgação.

Para uma divulgação interessante em diferentes canais, é fundamental que cada uma das redes tenha um objetivo bem definido. Assim, torna-se viável metrificar os resultados e entender se as estratégias, de fato, estão válidas dentro do seu contexto.

Nas redes sociais, também indicamos que você produza conteúdos relevantes para que a sua marca se torne referência no mercado e aprimore o relacionamento com o seu público. Inclusive, por falar em relacionamento, não deixe de responder às mensagens, tanto nos directs quanto nas publicações.

Além disso, sempre se preocupe com o depoimento deixado pelos clientes que já fizeram algum tipo de compra no seu canal. Por fim, utilize as funcionalidades das diferentes plataformas a seu favor.

Nos Stories, por exemplo, você pode publicar as novidades que chegaram à loja, interagir com a audiência a partir de enquetes e caixinhas de perguntas, entre outras estratégias próprias para o canal. O mesmo vale para as demais mídias.

Preocupe-se com o atendimento

Independentemente do nicho de atuação, é essencial oferecer um bom atendimento ao cliente. Quem compra pela Internet conta com o suporte do negócio para qualquer eventualidade que venha a ocorrer.

Portanto, se a pessoa não for bem atendida, as chances de ela ir para sites específicos ou para as suas redes deixar qualquer tipo de reclamação aumentam. **Na prática, isso traria o risco de que potenciais clientes deixassem de comprar no seu recommerce por terem sido impactados com essa mensagem.**

Também deve haver uma grande atenção a qualquer tipo de canal criado. Se você oferece atendimento no WhatsApp, por exemplo, é preciso ter uma equipe qualificada para responder às mensagens e para tirar qualquer dúvida que os clientes tenham. Caso não haja profissionais para isso, foque o que estiver ao alcance do seu negócio.





Tenha atenção com as imagens e as descrições

Em uma loja virtual, a equipe precisa levar em consideração que as únicas informações que uma pessoa acessa estão nas imagens e nas descrições. Ou seja, ela não tem a chance de tocar e de experimentar as roupas e os acessórios, por exemplo, no momento da decisão de compra.

Por essa razão, **as descrições devem ser completas**. Como estamos falando de produtos usados, se houver qualquer tipo de desgaste, é necessário que isso esteja destacado no texto.

As fotos devem ser realistas e permitir que as pessoas visualizem ao máximo como está a qualidade do produto, qual é o seu tamanho e quais são as características da peça. No momento de elaborar os descritivos, também indicamos que haja algum entendimento sobre SEO.

Em suma, trata-se de práticas de otimização de textos para que o seu site apareça nos principais canais de buscas. Se você vende um produto muito específico, analise qual é a palavra-chave que mais chama atenção para que os usuários encontrem o seu recommerce com mais facilidade.

Analise as plataformas existentes e os meios de pagamento

Por fim, **recomendamos que você faça uma análise detalhada das plataformas próprias para recommerces existentes**, uma vez que elas já se preocupam com a segurança do usuário e dos seus dados. Além disso, geralmente, a página de checkout (em que o cliente vai realizar o pagamento) é toda desenhada para que o seu empreendimento ofereça diferentes formas para que o público conclua a compra (boleto, cartões etc.).





CONCLUSÃO

Neste material, você pôde entender um pouco mais sobre o que é o recommerce, quais são os seus diferenciais em comparação a outros modelos de negócio, além de conferir por que o formato tem se tornado uma tendência. Como vimos, **trata-se de um importante canal para que o seu brechó ou o seu bazar alavanque as vendas**, o que contribui para resultados mais atrativos e para o atingimento das metas preestabelecidas no planejamento.

Continuamente, é fundamental analisar os resultados e avaliar qual é a efetividade das estratégias. Afinal, essa medida vai garantir que as suas ações sejam cada vez mais efetivas.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.

