

## Acelerando a evolução do Grupo Carrefour Brasil



1

## Clientes super empoderados com diversos recursos tecnológicos

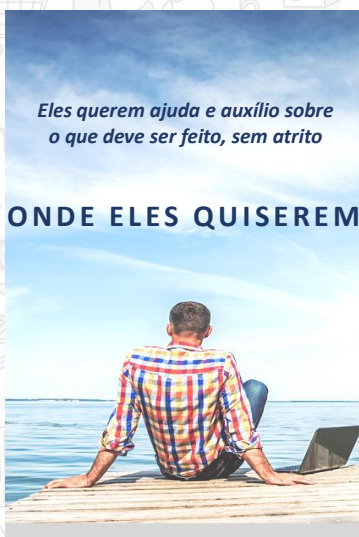
Usúários deixam de ser amadores e viram especialistas em poucos cliques

**O QUE ELES QUISEREM**



Eles querem produtos e serviços disponíveis 24 horas por dia, próximo a eles

**QUANDO ELES QUISEREM**



2



Os consumidores querem receber pedidos imediatamente...

**4X**  
desde 2016  
**'Aberto agora'**  
**'Aberto hoje'**

**175%**  
**'Entrega hoje'**  
**'Entrega rápida'**

em dispositivos  
móveis nos  
últimos 2 anos

Buscas por...

3



... e eles querem qualidade e economia

**'Melhor maquiagem'**  
ultrapassou  
**'Maquiagem barata'**

Searches for...

**4X**  
em

4



## O consumidor brasileiro está mais conectado do que nunca, entretanto ainda compra muito pouco online

Brasil apresenta a maior lacuna entre compras influenciadas digitalmente e vendas de e-commerce  
220 milhões de smartphones e 130 milhões de usuários de internet



5

## Padrões de consumo apresentam forte potencial de crescimento para o e-commerce alimentar

### TENDÊNCIAS DE MERCADO



**87%**

não se planejam e escolhem as receitas que vão preparar no mesmo dia



**21%**

escolhem o mercado com o menor preço

**29%**

Escolhem o mercado com maior variedade

### Millenials

vão ao mercado 1x por semana vs. 3x por semana da Geração X

### Millennials

se preocupam mais com a embalagem do que com o preço



**31%**

Das pessoas querem comer comidas mais naturais

### CARREFOUR



**31%**

dos nossos clientes são omnicanal (compram em mais de um formato)



**87%**

Entre os clientes mais fiéis, compram todas as semanas do ano



**40%**

dos clientes do e-commerce já compram perecíveis

Fonte: Pesquisa Cybercook "Mapa da Cozinha Brasileira" (2018). CRM Carrefour

6

## Entrega da nossa proposta de valor aos clientes

EXPANSÃO MOTIVADA POR SIDE STORES E RETIRE DE CARRO

ECOSSISTEMA BASEADO EM:

Proximidade para logística eficiente

100% de pedidos completos

Sinergia entre as lojas físicas e online para produtos frescos



7

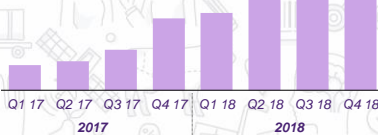
## Forte crescimento de GMV em 2018 e acelerando

GMV E-COMMERCE ALIMENTAR  
(Base 100 = Q1 17)

3,5x ↑

Crescimento em 2018 vs 2017

BASE 100



	Side store	Pick-up points*
2019	15	150

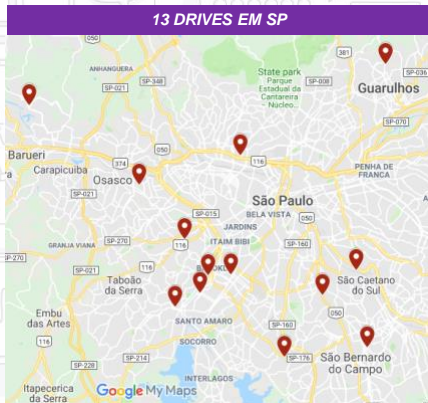
Abrir mais de 80 side stores em 4 anos

\*Alimentar e não-alimentar

8



## Diferentes soluções de entrega de acordo com as preferências do clientes



**NPS > 75%**

**1/3**  
dos clientes compram  
mais de 1 vez por mês

**DRIVE**  
Retirada média em  
**3 - 4**  
MINUTOS



9

## Uma nova abordagem nos principais focos da Empresa



Squads multidisciplinares organizados ao redor da **JORNADA DO CLIENTE** com uma cultura de "test and learn"



10

## Testando diversas soluções de pagamento digital

### APP SCAN & GO

- App para pagamento sem atrito
- Piloto em 2 lojas e roll-out para Market e Express em 2019
- Boa aceitação dos clientes e avaliação do aplicativo



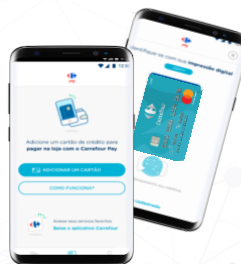
### QR CODE

- Pagamento via QR code em MVP através do App em lojas Carrefour
- Piloto em 3 lojas com 500 funcionários
- Expansão para 6.000 clientes a partir de abril



### CARTEIRA DIGITAL NFC PARA CARTÃO CARREFOUR

- MVP com aceitação on-us e off-us (soft launch em teste em produção para um grupo controlado)



### LOJA CONCEITO

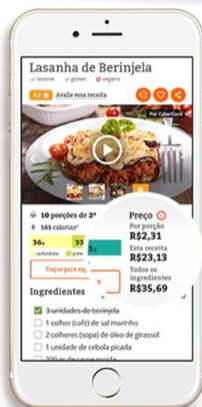
- Parceria com a Zaitt
- Expertise em varejo e suporte logístico e de abastecimento do Carrefour



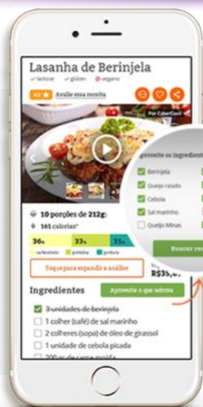
Carrefour

11

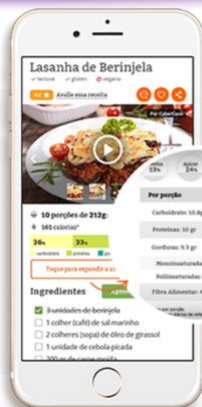
## CyberCook: Promovendo alimentos saudáveis e sustentáveis



Custo das porções



Aproveitamento de alimentos



Análise nutricional



Busca refinada

Carrefour

12

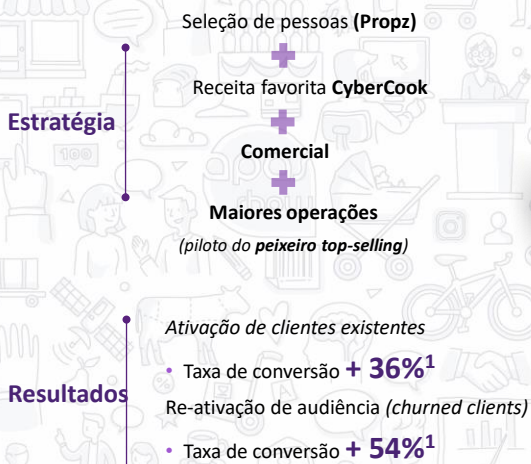
## Expandindo serviços para dentro de casa

A marca própria Carrefour lançou embalagens com QR Code que leva o consumidor a acessar diferentes receitas e ingredientes do CyberCook. **Melhor serviço e base de dados enriquecida.**



13

## Dos dados à gôndola: Uma iniciativa CRM omnicanal de sucesso



1. Comparado ao grupo de controle



**1ª Parte**  
Saudação,  
cupom e receita

**2ª Parte**  
Apresentação  
da Peixaria

Quando: 22 a 28 Fevereiro 2019 / Oferta: Tilapia and camarão, cupom de desconto 20% / Enviado em: 22/02

14



## Receita da semana: usando todo o ecossistema Carrefour para melhorar a experiência do cliente

Uma família de 4 pessoas pode ter uma **alimentação saudável** no Carrefour por **menos de R\$ 1.000** por mês.

### Customização

Entendimento das preferências do consumidor



27MM + de tickets estudados



+40 MIL receitas cálculo de custo e dados de preferências dos consumidores por receitas

### Custo

Alimentação saudável, de qualidade, a um preço acessível

+ +   
**Proteína** **Acompanhamento** **Vegetais**

R\$ 2,35 to R\$ 7,80 por pessoa

### EMPONDERANDO OS CLIENTES



### Negociação

Definição de preço único nacional



Fornecedores + Marca própria



## Parceria com o **Rappi** cresce exponencialmente, já em 53 lojas



Nós chegamos ao

Agora, com o aplicativo do Rappi, você faz as suas compras de supermercado sem sair de casa, mesmo se estiver fora de São Paulo.

**APROVEITE ESSA NOVIDADE COM A GENTE E GANHE**

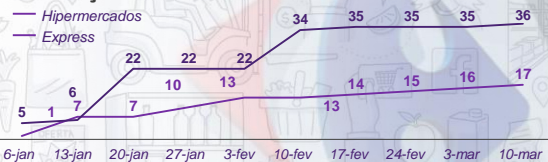
**R\$ 35 OFF\***

com o cupom:

**CARR3FOURS**

Compre agora

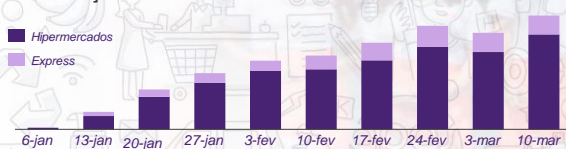
### EVOLUÇÃO LOJAS



### Cidades



### EVOLUÇÃO VENDAS





## Parceria Alimentar e Não Alimentar

Torcer em casa com a **BEERI** é a melhor jogada: espaço de sobra para gelar a cerveja durante todo o jogo.

[confira o regulamento](#)

\*Confira o regulamento, a entrega das cervejas ocorre apenas em algumas áreas de São Paulo.



**PROMOÇÃO**

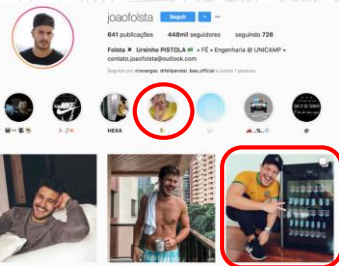
Compre e ganhe um cupom de **R\$300** em Stella Artois no Carrefour.com

# CASA CHEIA, CERVEJEIRA TAMBÉM

17

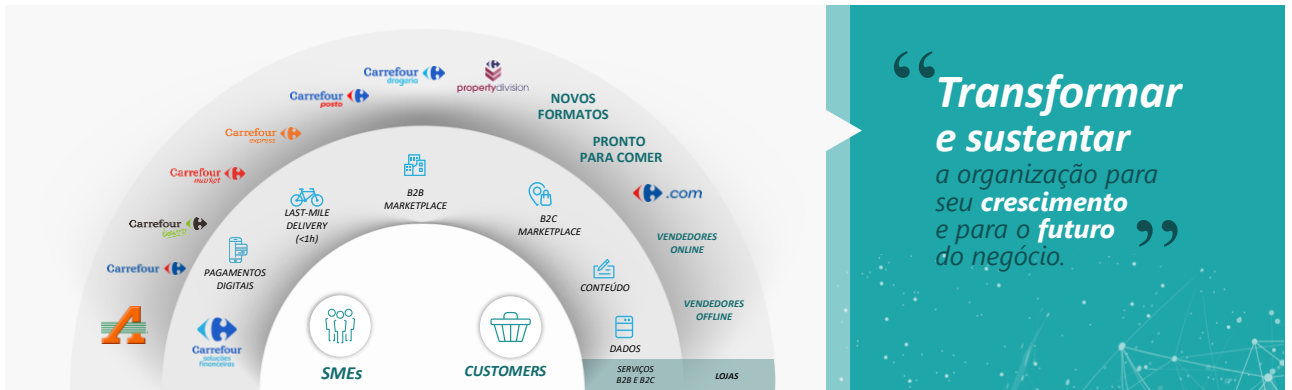
## Parceria Alimentar e Não Alimentar

The screenshot shows the Carrefour website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Categorias', 'Ofertas', 'Serviços', and 'Ajuda'. Below that, the main banner features the headline 'CASA CHEIA, CERVEJEIRA TAMBÉM' and the text 'Torcer em casa com a BEERI é a melhor jogada: espaço de sobra para gelar a cerveja durante todo o jogo.' A 'CONFIRA O REGULAMENTO' button is visible. Below the banner, two refrigerator models are displayed: 'Cervejeira Eletrônica 1 Porta, 108 Litros Frost Free BEERI 1150' for R\$ 2.499,00 and 'Cervejeira Eletrônica 1 Porta, 100 Litros Frost Free BEERI 830V' for R\$ 1.999,00. A 'PROMOÇÃO' badge is also present, stating 'Compre e ganhe um cupom de R\$300 em Stella Artois no Carrefour.com'. At the bottom, a smaller version of the main banner is repeated.



18

## Preparar nossas pessoas para a transformação do Carrefour Brasil...



“Transformar e sustentar a organização para seu crescimento e para o futuro do negócio.”

## ... Exige uma transformação da cultura do Carrefour

Cultura: construída e definida por...

**Comportamentos dos Líderes**

**Rituais e Símbolos**

**Estrutura, Sistemas e Processos**

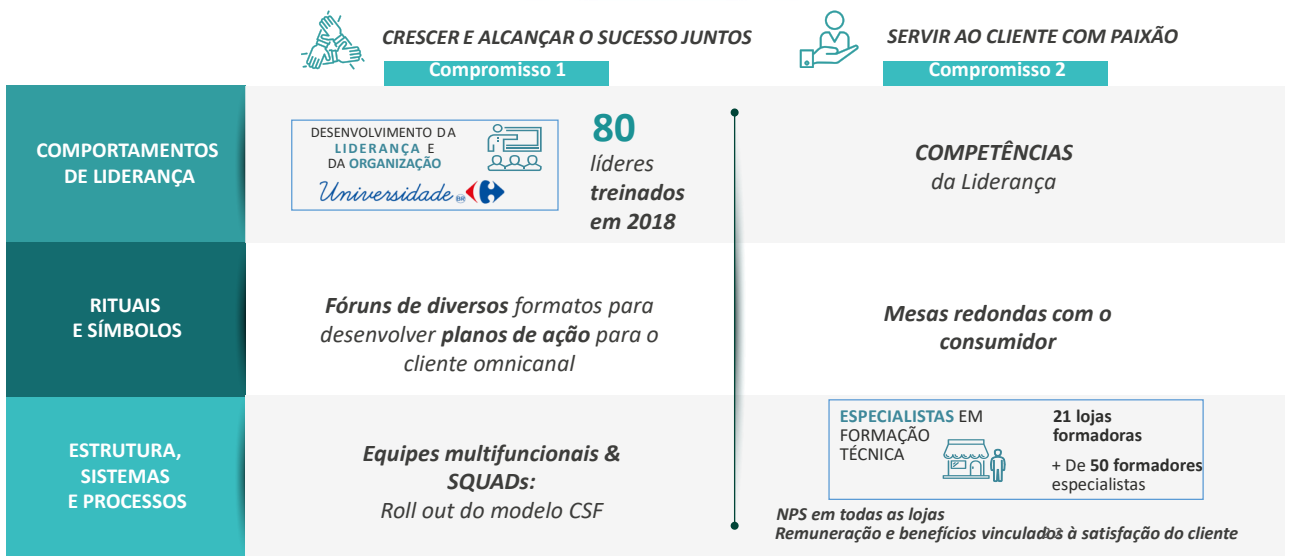


## Act for Change: Quatro compromissos do Carrefour



21

## Act for Change: Compromissos do Carrefour



22

# Act for Change: Compromissos do Carrefour



## AGIR COM SIMPLICIDADE

### Compromisso 3

**Roll-out dos modelos de trabalho CSF e e-commerce:**

- Agilidade na tomada de decisões
- Riscos e aprendizado com os erros

Google suite no centro das interações

24

líderes treinados



**Nova forma de trabalho: SQUADS**

**Automação & Robotização:**

- CARINA
- Processo de Admissão Automatizado



## TER ORGULHO DE TRANSFORMAR NOSSO NEGÓCIO

### Compromisso 4

Desenvolver os recursos para o futuro



Fóruns de "Aprendizado através dos fracassos"

Remuneração e benefícios flexíveis/personalizados ao negócio

Nova unidade de negócios: CeBB

COMPORTAMENTOS DE LIDERANÇA

RITUAIS E SÍMBOLOS

ESTRUTURA, SISTEMAS E PROCESSOS

# Act for Change – Transformando nossa cultura e a forma como interagimos com os clientes







MUITO  
OBRIGADO

Bruno\_machado@Carrefour.com

GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL

ATACADÃO Carrefour Carrefour Financeiras