

# Vendas Diretas

## Acesso fácil e seguro a produtos e serviços



DGLImages

Brasil ocupa a sexta posição global em vendas diretas e contava com 4 milhões de empreendedores independentes em 2020

Sistema de comercialização de produtos e serviços por meio do relacionamento entre empreendedores independentes e seus clientes, as vendas diretas vêm crescendo ano a ano no Brasil. De acordo com a World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), o país se posiciona hoje na sexta colocação no mercado mundial do segmento: está atrás apenas dos Estados Unidos, da China, da Coreia do Sul, da Alemanha e do Japão. “O setor vem se mostrando uma alternativa sólida e eficaz para quem busca oportunidade

### Os seis maiores do mercado global\*

Posição	País	Faturamento (em US\$ milhões)
1º	Estados Unidos	35.210
2º	China	23.954
3º	Coreia do Sul	17.683
4º	Alemanha	17.453
5º	Japão	15.624
6º	Brasil	9.760

\* Fonte: WFDSA, da qual a Abevd é associada

de empreender, geração ou complementação de renda”, afirma a presidente-executiva da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd), Adriana Colloca, mencionando dado da organização segundo o qual o sistema ultrapassou 4 milhões de empreendedores

independentes no Brasil, 5,5% mais na comparação anual.

O vice-presidente de Negócios da Natura Brasil, Erasmo Toledo, acredita que a pandemia tenha acelerado mudanças nos hábitos de compra dos consumidores. “Com a necessidade de permanecer em casa, muitas pessoas que ainda não realizavam compras *on-line* migraram para o comércio eletrônico. Com isso, a venda direta digital ganhou ainda mais relevância”, defende. A presidente da Abevd lembra, no entanto, que o segmento vive transformações e passa por grande modernização desde muito antes da pandemia. “A crise sanitária acelerou o processo”, admite. E destaca, entre as principais mudanças, a digitalização e o uso da tecnologia para divulgar e vender os produtos e serviços, além da entrada de jovens na força

de vendas, representando 48,1% do total de empreendedores em atuação no Brasil. Adriana reforça que, no início do ano passado, a internet e os canais digitais já eram ferramentas importantes para 53,4% dos empreendedores independentes. Além disso, o aplicativo WhatsApp foi indicado como o principal canal de divulgação de produtos de 84,7% desse público. “O uso cada vez mais otimizado de WhatsApp e sua versão *business*, além de outras mídias sociais, traz também a vantagem da ausência de barreiras geográficas e socioeconômicas para conquistar e se relacionar com clientes.”

## Oferta diversificada

Perfumaria e cosméticos, roupas, livros, utensílios domésticos, alimentos e bebidas e até mesmo produtos financeiros podem ser comercializados pelo sistema de vendas diretas. Seja para empreender, seja para comprar, o ideal, no entanto, é fazer as transações com empresas idôneas, sobretudo as associadas à Abevd, entidade que assegura a formalização do setor. A operação é tributada em toda a cadeia, incluindo a venda do empreendedor independente para o consumidor final, com recolhimento do Imposto sobre

Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) por substituição tributária.

Entre as empresas mais tradicionais no sistema destaca-se a Amway, líder global em vendas diretas, que oferece marcas *premium* para nutrição, beleza e cuidados com a casa, comercializadas por meio dos

empreendedores Amway em mais de 100 países. No ano passado, a companhia registrou vendas globais de US\$ 8,5 bilhões. No Brasil, mantém fazenda sustentável, no Ceará, onde está a maior produção de acerola

orgânica do mundo, além de fábrica que processa acerola para os produtos Nutrilite vendidos globalmente. Possui ainda seis lojas para atender seus distribuidores, localizadas em São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, Recife, Brasília e Cuiabá, três centros de distribuição – dois em Jundiá e um em Cuiabá – e mais de 600 funcionários no Brasil.

No segmento de cosméticos e cuidados pessoais, que representa mais da metade das vendas diretas no Brasil, a Avon é o grande destaque, com 1,3 milhão de representantes no país, uma das maiores forças de venda do mundo. Impulsionada pela forte presença na mídia e nas redes sociais, relacionada ao recente patrocínio do Big Brother

Brasil 2021, a Avon no Brasil teve crescimento em volume e em vendas digitais no primeiro trimestre. Na América Latina, o grupo Natura & Co, da qual a Avon faz parte, com a Natura,

The Body Shop e Aesop, teve crescimento de 24,6% em receita líquida nesse mesmo período. “Além do investimento em mídia, o bom desempenho da marca se deu, principalmente, devido à

transformação digital realizada desde 2018 e acelerada no contexto da pandemia, além do aumento de sinergias a partir do plano de integração da Avon no grupo Natura & Co. A digitalização das representantes demonstra a força do modelo omnicanal da marca no Brasil”, afirma Daniel Silveira, presidente da Avon Brasil.

### Vendas diretas no Brasil por categoria\*

Cosméticos e cuidados pessoais	52%
Roupas e acessórios	22%
Alimentos e bebidas	4%
Livros, audiovisuais e brinquedos	3%
Produtos para casa e utensílios	3%
Saúde e nutrição	3%
Telecomunicações	3%
Cuidados com a casa e produtos de limpeza	2%
Reforma e construção	1%
Produtos financeiros	1%
Outros	6%

\* Fonte: Pesquisa de campo realizada pela CVA Solutions.

## Vendas Diretas

# O poder das redes na ampliação dos negócios

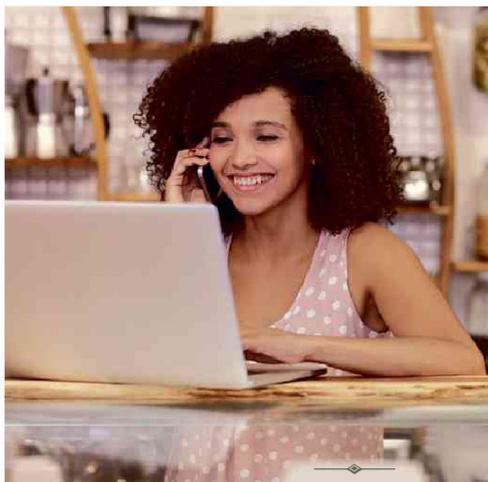
Ferramentas digitais estimulam a inovação e mantêm estreito o relacionamento com os clientes

**D**e porta em porta até dominar a internet, a modalidade de vendas diretas veio se transformando, adaptando-se aos hábitos de consumo cada vez mais digitais. Por meio de redes sociais, sites e aplicativos de mensagens instantâneas, como WhatsApp, os revendedores podem enviar catálogos eletrônicos, apresentar vídeos sobre os produtos e serviços, sanar dúvidas dos clientes e fechar negócio sem abrir mão do conceito de relacionamento interpessoal.

Render-se às novas tecnologias tem sido o diferencial para os revendedores que buscaram manter os ganhos mesmo em tempos de isolamento social, imposto para

o combate da disseminação da Covid-19. O período inviabilizou a oferta de produtos nas residências ou nos escritórios dos vendedores ou consumidores e até mesmo a realização dos *party plans*, método em que o revendedor promove eventos sociais com grupos de consumidores em potencial para a apresentação dos produtos ou serviços.

De acordo com a Abevd, mais da metade dos revendedores (53,5%) utiliza ferramentas digitais como *website* e *e-commerce*, WhatsApp e/ou redes sociais digitais, como Facebook e Instagram. O modelo de vendas diretas por meio de canais *on-line*, especialmente redes sociais, é chamado de *social selling*.



mavoimages

**132%**  
Aumento das vendas globais da Avon

Grandes marcas estão possibilitando meios para essa inclusão digital. Segundo Daniel Silveira, presidente da Avon Brasil, o processo de digitalização da companhia foi acelerado em 2020 não apenas pela integração das operações ao grupo Natura & Co, mas também pelo contexto da pandemia da Covid-19. "Com a necessidade de manter o distanciamento social, percebemos um aumento da demanda por nossas plataformas digitais, tanto pelas representantes quanto pelos consumidores", afirma. Como resultado, as vendas digitais da Avon globalmente cresceram 132%.

A empresa vem lançando mão do aplicativo Minha Avon, que oferece recursos para as representantes gerenciarem seus negócios – desde o envio de produtos até a geração

de boletos, alteração de dados cadastrais, pedidos de crédito, treinamentos, serviços e ferramentas de comunicação. Outro recurso é a Revista Digital, em que clientes podem navegar, ver vídeos de produtos, adicionar itens ao carrinho e enviar suas encomendas diretamente para a representante. O time de vendas também pode criar lojas virtuais na plataforma Avon Conecta, com uma interface de *e-commerce* tradicional.

A Natura, por sua vez, embora já bastante presente no ambiente digital, apoiando sua força de vendas, planeja fortalecer a conexão entre consultoras e clientes por meio das ferramentas de *social selling*. O objetivo, entretanto, não é substituir o contato pessoal. "Todas essas ferramentas constroem um ambiente de flexibilidade entre as transações físicas e digitais que gera novas oportunidades de negócio para a consultora e entrega uma experiência personalizada e adequada à necessidade dos seus clientes: no conteúdo disseminado, na execução do processo de venda, nos meios de pagamento disponibilizados e na gestão financeira e no processo logístico", explica Erasmo Toledo, vice-presidente de Negócios da Natura Brasil. ■

Juntos,  
**CONECTAMOS** *as suas* **COMPRADORES**  
e os **VENDEDORES**

Olá, somos a Salesforce. Ajudamos as empresas a gerenciar vendas, atendimento, marketing, e-commerce e TI na plataforma número 1 de CRM. Nossas soluções aumentam a produtividade de consultores e representantes de vendas, ajudando a oferecer experiências personalizadas. Descubra todas as possibilidades em [salesforce.com/br](https://salesforce.com/br).

salesforce

## Sucesso de mãe para filho

**O** Consultor de Beleza Natura, Diogo Silva, é um dos exemplos de quem usa a força das redes sociais a seu favor. Atualmente, o também influenciador digital conta com mais de 74 mil inscritos em seu canal no YouTube, por meio do qual apresenta o seu trabalho. O jovem tinha o sonho de seguir por essa trajetória profissional desde os 14 anos de idade, quando acompanhava sua mãe em eventos para apresentação de produtos. "Eu digo que eu não escolhi a profissão, ela quem me escolheu. Graças a ela, conquistei vários sonhos, como ter dois carros e viajar pelo mundo. Agora penso em concluir minha pós-graduação e ser novamente destaque nas vendas", anima-se Diogo. ■

**POINT** 30 ANOS  
COMUNICAÇÃO E MARKETING



BRANDED CONTENT  
QUE ATINGE  
MILHÕES DE  
CONSUMIDORES

TEL: 55(11)3167-0821

WWW.POINTCM.COM.BR

Impulso

# Oportunidade de renda e capacitação

Empresas do sistema contribuem para atenuar os índices de desemprego e elevar a profissionalização

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a taxa de desemprego no ano passado ficou em 13,9%, percentual que salta para 16,4% se forem consideradas somente as mulheres e para 29,8%, levando-se em conta apenas os jovens, de 18 a 24 anos. Só por esses dados já é possível dimensionar a contribuição do segmento de vendas diretas para que o cenário não fosse ainda mais agravado: levantamento da Associação Brasileira de Empresas de Vendas

Diretas (Abev) aponta os dois públicos como maioria entre os atuam profissionalmente no sistema. As mulheres representam mais da metade (58%) da força de trabalho, enquanto os jovens equivalem a 48% dos empreendedores independentes.

Outro dado que confirma a relevância do setor para a economia é o fato de a força de vendas ter crescido 5,5% no ano passado em relação ao exercício anterior. Já passa de 4 milhões o número de empreendedores atuando no país.

Eles tinham rendimento médio mensal de R\$ 1.639,00, segundo a entidade. As vendas diretas são, portanto, fonte de renda complementar para a maioria dos empreendedores e uma das alternativas ao emprego formal, ainda mais relevante no contexto da maior taxa de desempregados dos últimos cinco anos. "Eu sou uma mulher trans e, quando me afirmei como uma, tive todas as portas fechadas", lembra Bruneliy Lemos, empresária da Beleza Avon, que desde 2016 encontrou nas vendas diretas uma oportunidade de renda. Atualmente, lidera uma equipe com mais de 180 representantes. "Eu



## Apoio durante a pandemia

Além dos rendimentos diretos com as vendas, alguns revendedores foram apoiados por grandes marcas durante a pandemia. A Natura, por exemplo, organizou um fundo emergencial que auxiliou milhares de consultoras. O apoio somou cerca de R\$ 1 milhão e envolveu também ações de combate à violência doméstica, atendimento em telemedicina e, em casos de vulnerabilidade social, complemento de renda. A empresa adotou ainda medidas como a flexibilização das condições de pagamento; orientações às empresárias de beleza que administram as franquias Aqui Tem Natura para cumprirem os decretos de funcionamento no período; e oferta de ferramentas de suporte pessoal para toda a rede, com orientação psicológica e jurídica.

me empenhei muito, fiz todos os treinamentos, incluindo a trilha de desenvolvimento em que a pessoa é preparada para se tornar uma líder", conclui.

A Avon aposta no desenvolvimento profissional das representantes por meio da plataforma digital Avon Desenvolve, que conta com mais de 600 treinamentos digitais. Os conteúdos incluem temas como empreendedorismo, técnicas

de vendas, marketing digital e produtos, entre outros. "Já observamos que as representantes que investem em treinamentos são capazes de vender até 15% mais do que as que não fazem os cursos, e, por isso, seguiremos investindo para apoiá-las cada vez mais", garante Daniel Silveira, presidente da Avon Brasil. Em 2020, a plataforma teve 1,7 milhão de acessos, um crescimento de 2.540% em relação a 2019.

**AVON**

## #OLHADENOVO PARA QUEM ENTENDE TUDO DE BELEZA.

Orgulho é ter **mais de um milhão de Representantes** fazendo parte da nossa história, desde a venda direta no catálogo impresso, até agora com as vendas digitais e com as lojas Avon Conecta.

Obrigada por nos inspirarem todos os dias - principalmente em dias como hoje, em que precisamos de uma dose extra de beleza.

**30/5**  
Dia da Representante da Beleza Avon

SEJA REPRESENTANTE DA BELEZA AVON. Aponte a câmera do celular para o QR code e faça o cadastro.

## Tecnologia

# Inovação mantém as vendas aquecidas

Meios digitais permitem aproximar mais clientes e revendedores neste período de pandemia

O isolamento social como medida para conter a disseminação da Covid-19 acelerou projetos de transformação digital e integração das áreas de vendas, atendimento, *marketing* e comércio eletrônico em empresas dos mais variados segmentos, independentemente do porte. Para a presidente da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abev), Adriana Colloca, a digitalização da venda direta veio para ficar. "O consumidor sempre continuará optando por comodidade e conveniência, além de atendimento diferenciado e produtos de qualidade", defende.

Dados da pesquisa "State of the Connected Customer" da Salesforce, empresa *software on demand*, confirmam a tendência. Cerca de 81% dos clientes no

Brasil afirmaram que a pandemia elevou suas expectativas sobre as capacidades digitais das empresas, e 92% disseram que a experiência é tão importante quanto os produtos/serviços oferecidos. "Para ajudar nossos clientes a prosperarem no modelo de vendas diretas, sobretudo em época de trabalho remoto, oferecemos a Salesforce Sales Cloud, solução que transforma a experiência de venda em cada ponto de contato da marca com o cliente", explica Fabio Costa, *general manager* da Salesforce no Brasil. Com essa tecnologia de automação de vendas, consultores e representantes conseguem acessar de qualquer lugar, por meio de seus dispositivos móveis, todas as

informações mais importantes sobre seus clientes, possibilitando o atendimento mais personalizado e direcionado às suas necessidades.

A empresa também vem ofertando a Salesforce Community Cloud, ferramenta com a qual as empresas podem criar comunidades de forma simples e rápida, e segmentar o conteúdo disponível de acordo com os usuários. Essa solução é utilizada pela Le Biscuit para captação e engajamento de seus "Le consultores", que podem aderir sem custos iniciais ao programa, recebendo treinamento e capacitação *on-line* antes do início das atividades. Após o cadastro, o consultor poderá revender um *mix* de mais de 20 mil itens distribuídos nas categorias

92%  
Clientes que  
valorizam a  
digitalização



Dragonimages

Mundo Casa, Papelaria e Brinquedos.

Por meio de seus dispositivos móveis, os consultores também interagem para troca de experiências e se conectar diretamente com a Le Biscuit para concluir as vendas mais rapidamente. Dessa forma, acompanham o processo do início ao fim. Já o cliente define se prefere receber o produto em casa ou retirar pessoalmente na loja.

Lançado em março deste ano, o "Le consultores" vem crescendo aceleradamente e já conta com mais de 800 consultores cadastrados. Segundo Juliana Orge, coordenadora de novos negócios na Le Biscuit e *head* do projeto, um diferencial do programa é que os consultores contam com interação integral com gestores e líderes para auxiliar no processo de vendas. ▢

## O que a gente pode fazer pelo mundo agora? Se importar.

### Se importar é cuidar.

Por isso, estamos unidos para barrar o contágio. O grupo Natura &Co está destinando R\$ 30 milhões em doações à saúde pública, comunidades da Amazônia, consultoras e revendedoras.

### Se importar é acolher.

Por isso, estamos apoiando nossa rede com suporte emocional e social. Desenvolvemos um plano emergencial de assistência com serviço de telemedicina, transferência de renda emergencial e suporte customizado.

### Se importar é incentivar.

Por isso, tomamos medidas para que a economia continue circulando com toda a segurança para a nossa rede. Prorrogamos boletos e reforçamos nossos canais on-line.

Vamos sentir, respirar e seguir em frente com toda a força da nossa humanidade. Cada pessoa é um mundo e todo mundo importa.

### Aponte o celular e saiba mais.



O mundo é mais bonito com você.

