

Netshoes amplia posicionamento para fortalecer o lifestyle esportivo

Movimento foca em agregar influência e conteúdo, além de usar eventos proprietários, para potencializar o encantamento do cliente por meio de experiências e relacionamento

Marca revelou novo logotipo, slogan e outros elementos que destacam o novo passo da companhia rumo a um portfólio de produtos ampliado

São Paulo, 19 de junho de 2024 - A Netshoes, maior e-commerce esportivo e de lifestyle do país, apresentou o novo posicionamento da marca em um evento para 300 convidados, na noite desta terça-feira, 18. A empresa também revelou uma nova logomarca e a mudança do slogan para “*vai no seu ritmo*”. As alterações buscam conduzir a companhia rumo a um portfólio de produtos ampliado, para atender praticantes de todas as modalidades esportivas e quem deseja usar o esporte como item de estilo.

“O cliente já nos reconhece como um destino de compra para o esporte, somos a primeira lembrança de marca na categoria e, para a nossa surpresa, agora estamos também entre as principais lembranças de moda. Este reconhecimento está relacionado às pessoas encontrarem cada vez mais conforto no seu dia a dia ao usarem produtos esportivos, que viraram tendência e ditam moda. É o que chamamos de sportstyle e vemos hoje invadir todos os locais. Vamos nos apropriar desse valor e, com isso, levar novas experiências, conteúdos e estreitar ainda mais nosso relacionamento com esses clientes”, diz Graciela Kumruian, CEO da Netshoes. “A ampliação da nossa marca é um movimento criativo e de grande importância estratégica para a evolução do negócio.”

Este movimento posiciona a empresa em uma nova proposta de esporte, mais atual: estar bem consigo mesmo e respeitar o ritmo de cada um. Assim, a Netshoes segue leal ao seu DNA e abraça os desafios estimulantes da nova era do esporte, respeitando a singularidade das pessoas, evoluindo e ampliando sua presença no dia a dia do consumidor. Essa estratégia agrega novos elementos no relacionamento com o consumidor ao levar mais conteúdo, influência e eventos proprietários ao esporte, deixando a experiência muito mais completa. Em termos de branding, esse conceito se reflete no novo logotipo, que se utiliza de atributos modernos, que demonstram a preparação da companhia para o futuro.

O encontro aconteceu no State Innovation Center, na Vila Leopoldina, em São Paulo, e reuniu lideranças da companhia, jornalistas e parceiros da indústria para celebrar o momento. Comandado por Karine Alves, apresentadora e repórter da Rede Globo, o novo conceito da marca foi exposto em formato de experiência sensorial e criativa. Luzes, cores e sons

marcaram a estreia do novo logo, que também deu pistas da atuação da companhia neste ano.

O período será marcado por grandes eventos esportivos, como a Eurocopa e a Copa América, em junho, e as Olimpíadas no mês seguinte. Essas são algumas das grandes apostas da Netshoes para interagir com as audiências dos jogos, vender camisas de times de futebol e oferecer os melhores produtos a diferentes tipos de pessoas e atletas. “Seguimos atendendo com qualidade e eficiência às necessidades dos praticantes de esportes”, afirma Rafael Montalvão, diretor de marketing da companhia. “Essas necessidades são individuais, cada cliente tem seu jeito, seu ritmo. Queremos que ele encontre na Netshoes mais do que produtos. Aqui, ele terá uma comunidade, uma nova marca que nos prepara para o futuro.”

Operação saudável e sustentável

A Netshoes fechou 2023 com um lucro total de 177,7 milhões de reais, mais que o triplo do valor apresentado no final do ano anterior - 56,5 milhões de reais. No primeiro trimestre de 2024, a companhia continuou ampliando sua participação de mercado e teve lucro de 13,2 milhões de reais, dados que mostram a consistência da estratégia e da execução da empresa. Além da evolução na rentabilidade, a Netshoes teve ainda um avanço no capital de giro, com uma redução de 13 dias no giro dos estoques comparado ao primeiro trimestre de 2023. Vale destacar o desempenho do seu marketplace, que já representa 44% das vendas da plataforma, e cresce com muita atenção à reputação e curadoria de produtos e sellers. No e-commerce com estoque próprio, a Netshoes segue ampliando o sortimento em marcas já consolidadas e adicionando novas marcas à plataforma, como HOKA, CROCS, Ellesse e Baw.

Sobre

a

Netshoes

A Netshoes é o maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país e oferece um amplo portfólio de produtos e serviços. Além disso, acredita que o esporte é para todos e por isso tem comprometimento com o consumidor para proporcionar a melhor experiência de compra, entrega e qualidade dos produtos. A marca está no varejo digital há 22 anos e tem mais de 20 milhões de fãs nas redes sociais. A empresa também opera mais de 10 e-commerces no Brasil, como as lojas oficiais da NBA, NFL e Kappa, Rainha e Topper, além das lojas de clubes como ShopTimão, São Paulo Mania, Loja do Cruzeiro, InterShop e ShopVasco. Em 2019, a Netshoes passou a fazer parte do Magalu, reforçando o comprometimento da empresa com o consumidor e a visão de ser referência global em experiência de compra on-line por meio de inovação e conectividade em multiplataformas.

Imprensa Netshoes

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

Patricia

patricia.vivas@novapr.com.br

Vivas