

**VAREJO, NRF E NOVA YORK**  
**TOP 6 HIGHLIGHTS 2025**  
**POR RICARDO GUINÂNCIO**

## RICARDO GUINÂNCIO | BREVE APRESENTAÇÃO



### RICARDO GUINÂNCIO

EMPREENDEDOR | CONSELHEIRO  
CONSULTOR | PALESTRANTE

CEO & FOUNDER | O NEGÓCIO DO VAREJO, ON RETAIL  
& N3XT FUTURE | VP & CONSELHEIRO | ACRJ – ACSP – CONIN

TEMAS: VAREJO | CONSUMO | SERVIÇOS | IA  
DIGITAL | INOVAÇÃO | TENDÊNCIAS | FUTURO

PROGRAMAS (CONHECIMENTO & NEGÓCIOS): RIO DE JANEIRO  
SÃO PAULO | CURITIBA | BELO HORIZONTE | NOVA YORK  
CHICAGO | ORLANDO | LISBOA | PARIS 2025

### FORMAÇÕES E CERTIFICAÇÕES

MARKETING | GESTÃO DE NEGÓCIOS & INTELIGÊNCIA COMPETITIVA (MBA)  
DESIGN | EXPERIÊNCIA DO CLIENTE | FUTURE STUDIES | TREND HUNTING  
GESTÃO EXPONENCIAL | GESTÃO DO ENTRETENIMENTO | CONSELHEIRO  
DESIGN & NEGÓCIOS (BARES & RESTAURANTES)



## TOP 6 HIGHLIGHTS 2025

“TOP 6 HIGHLIGHTS 2025” É A PRIMEIRA SÍNTESE  
PÓS **RETAIL EXPERIENCE PROGRAM NEW YORK 2025**,  
COLHENDO OS DESTAQUES E OS TEMAS MAIS QUENTES  
QUE IMPACTARAM E IRÃO IMPACTAR O VAREJO EM 2025.

## TOP 10 HIGHLIGHTS 2024

- RETAIL MEDIA
- IA GENERATIVA E EMPÁTICA
- O CONSUMIDOR NO CENTRO
- EXPERIMENTAÇÃO COMO DIFERENCIAÇÃO
- CONEXÃO POR PROPÓSITO
- O PODER DA COMUNIDADE
- NEW BUSINESS MODEL **NOW!**
- TIKTOK ECONOMY
- HIPERPERSONALIZAÇÃO
- STORES: PETCO, GLOSSIER, SWAROVSKI E WEGMANS



## TOP 6 HIGHLIGHTS 2025

- RETAIL MEDIA 2.0
- VAREJO IMPULSIONADO POR IA
- A TRANSFORMAÇÃO DA LOJA FÍSICA
- COMPRAS INVISÍVEIS
- SLOW RETAIL
- STORES: LV, TELFAR, JACQUEMUS, ON RUNNING E BANANA REPUBLIC



## RETAIL MEDIA 2.0

A FONTE NOVA DE DINHEIRO NO VAREJO CONSOLIDA-SE COMO ESTRATÉGIA ESSENCIAL PARA AUMENTAR A MARGEM NOS NEGÓCIOS, JÁ COM QUALIDADE DE DADOS E ESTRUTURA TECNOLÓGICA CONFIÁVEL. É A MONETIZAÇÃO DA ATENÇÃO E TRÁFEGO DO CONSUMIDOR NO PDV FÍSICO E DIGITAL.

- ✓ PLATAFORMAS CONSOLIDADAS COM OFERTAS DE SERVIÇOS
- ✓ REVOLUÇÃO POSSIBILITANDO MONETIZAÇÃO ADICIONAL NO VAREJO HÍBRIDO
- ✓ SOLUÇÕES PARA DIVERSOS CANAIS DE VENDAS

## VAREJO IMPULSIONADO POR IA

A IA REMODELANDO O VAREJO VIA SOLUÇÕES INTEGRADAS, ANÁLISES PREDITIVAS, AUMENTO DA EFICIÊNCIA E MELHORIA DA EXPERIÊNCIA, COM DESTAQUE PARA O USO DOS AGENTES AUTÔNOMOS E ASSISTENTES DE IA. AS EMPRESAS COM UMA VISÃO MAIS CLARA DA INTEGRAÇÃO E USO DA IA PARA IMPULSIONAR OS NEGÓCIOS.

- ✓ IA NO CENTRO DA ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO
- ✓ HIPERPERSONALIZAÇÃO E EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS
- ✓ OFERTA DE NOVOS SERVIÇOS & DESTAQUE PARA OS AGENTES DE IA

## A TRANSFORMAÇÃO DA LOJA FÍSICA

NUM VAREJO EM PERMANENTE TRANSFORMAÇÃO, CADA VEZ MAIS DIGITALIZADO E IMPULSIONADO POR NOVAS TECNOLOGIAS, AS LOJAS FÍSICAS ASSUMEM O PAPEL DE SE DIFERENCIAR A PARTIR DE EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS, CONEXÕES HUMANAS E SENSORIAIS. UM ESPAÇO DE RELACIONAMENTO, EXPRESSÃO DOS VALORES DA MARCA E ELEMENTO HUMANO COMO PONTO DE CONTATO.

- ✓ EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS
- ✓ EXPERIMENTAÇÃO COMO DIFERENCIAÇÃO
- ✓ ONDE O ELEMENTO HUMANO TANGIBILIZA VALORES

## COMPRAS INVISÍVEIS

AS COMPRAS INVISÍVEIS REVELAM AS COMPRAS SEM PERCEÇÃO E ATRITO, COM A ADOÇÃO CADA VEZ MAIOR DE NOVAS TECNOLOGIAS, QUE TANTO NO AMBIENTE FÍSICO COMO NO DIGITAL, "MASCARAM" O MOMENTO DE CONSUMO, PERMITINDO CONEXÕES E TRANSAÇÕES SEM FRICÇÃO E PERCEÇÃO EM UMA JORNADA FLUÍDA E UNIFICADA.

- ✓ OMINICANALIDADE NO VAREJO HÍBRIDO E HIPERLOCAL
- ✓ VAREJO COMO EXPERIÊNCIA PERSONALIZANDO INTERAÇÕES
- ✓ CONSTRUÇÃO DE CONFIANÇA A PARTIR DE UMA EXPERIÊNCIA + HUMANA

## SLOW RETAIL

A LOJA COMO UM ESPAÇO DE CONTATO E RELACIONAMENTO HUMANO, COM CONEXÕES GENUÍNAS E EXPERIENCIAIS. UM LOCAL DE PROXIMIDADE, ATENÇÃO, ESCAPISMO, INTERAÇÃO, COM O ELEMENTO HUMANO COMO ELO DE LIGAÇÃO ENTRE MARCA E CONSUMIDOR. ATENÇÃO TOTAL AOS ZALPHAS (GERAÇÕES Z & ALPHA) = 50% DO CONSUMO ATÉ 2030.

- ✓ SUSTENTABILIDADE E PROPÓSITO
- ✓ EXPERIÊNCIAS EMPÁTICAS, AUTÊNTICAS, IMERSIVAS E PERSONALIZADAS
- ✓ INTERAÇÃO HUMANA ALINHADA A VALORES

# LV, TELFAR, BANANA REPUBLIC, ON RUNNING E JACQUEMUS



## LV, TELFAR, JACQUEMUS, ON RUNNING E BANANA REPUBLIC

NUMA OFERTA EXPONENCIAL DE ESPAÇOS DE VAREJO EM NY, SE DESTACAR TORNA-SE UMA TAREFA PRATICAMENTE IMPOSSÍVEL. A LOJA QUE MAIS IMPACTOU NOVA YORK ESTE ANO NÃO FOI UMA LOJA E SIM UM TAPUME. A **LOUIS VUITTON** NA 5ª AVENIDA. A **ON RUNNING**, MARCA CELEBRADA E DO MOMENTO NO SPORTSWEAR, COM UMA NOVA FLAGSHIP STORE NO FLATIRON. EM SEQUÊNCIA, OS PRINCIPAIS DESTAQUES CONCENTRARAM-SE NO BAIRRO DO SOHO. **TELFAR**, COM UM ESPAÇO EXPERIENCIAL INIGUALÁVEL E UM AMBIENTAÇÃO TEATROLÓGICA COM TECNOLOGIAS E SERVIÇOS EMBARCADOS. **JACQUEMUS** COMO UMA OPERAÇÃO DE LUXO QUE FALA AS NOVAS GERAÇÕES DESDE O DIGITAL AO FÍSICO. E NOVA LOJA DA **BANANA REPUBLIC**. UMA LOJA PENSADA EM CADA DETALHE DA MARCA, COM UMA EXPERIÊNCIA DE COMPRA FUNCIONAL, EMOCIONAL E ASPIRACIONAL. UMA JORNADA IMERSIVA QUE COMBINA TECNOLOGIA, PERSONALIZAÇÃO, CULTURA E STORYTELLING.

MUITO OBRIGADO!

RICARDO GUINÂNCIO

[@RICARDOGUINANCIO](https://www.instagram.com/ricardoguinancio)

[BR.LINKEDIN.COM/IN/GUINANCIO](https://www.linkedin.com/in/guinancio)

[RICARDO@ONEGOCIODOVAREJO.COM.BR](mailto:RICARDO@ONEGOCIODOVAREJO.COM.BR)