



Valor em Serviços

Análise Decathlon

Grupo Vela

Alexandre Macedo	10310335
Lucas Morrone	10299632
Martin Chao	10884298
Yuichi Tokumoto	10770878

Table of Contents

01

**Apresentação
da Empresa**

02

**Mercado e
Concorrência**

03

**Análise
Detalhada**

04

**Explorando a
Inovação**



01

Apresentação da Empresa

A Empresa

DECATHLON

Slogan

Esporte para Todos

Fundação

1976, na França
(Englos), por
Michel Leclercq



Chamada de Efeito

Inovação para o
Esporte

Objetivo

Reunir tudo o que o
esportista precisa em
um só lugar, com
grande variedade e
preços acessíveis

Presença

+1500 lojas
+ 50 países
+ 100 mil funcionários

Público Alvo

Pessoas de todas as idades e níveis de habilidade que praticam esportes ou atividades físicas em geral. Três possíveis personas:



Esportista Casual

Praticam esportes de forma ocasional. Pode ser formada por jovens e adultos de diferentes faixas etárias e tem um interesse em comum: encontrar produtos de qualidade a preços acessíveis.



Atleta Amador

Pessoas que levam o esporte a sério, mas que ainda não alcançaram o nível profissional. Ela busca produtos que possam ajudá-la a melhorar seu desempenho e alcançar seus objetivos, sem que para isso precise gastar muito dinheiro.



Aventureiro

Pessoas que gostam de atividades ao ar livre, como camping, trekking e escalada. Ela busca produtos que sejam resistentes e duráveis o suficiente para enfrentar as condições mais extremas, sem abrir mão do conforto e da segurança.

Serviços

Atividade Principal

- Venda dos Produtos
- Atendimento Personalizado

Diferencial Competitivo

- Oficinas de Reparação
- Personalização de Produtos
- Programas de Fidelidade

Centro de Lucro

- Produtos de Marca Própria
- Personalização (x-sell)
- Recorrência do Programa de Fidelidade
- Teste (para aumentar desejo)

Internas de Apoio

- Teste de Produtos
- Serviços de Instalação
- Cursos e Treinamentos
- Assistência Técnica

02

Mercado e Concorrência

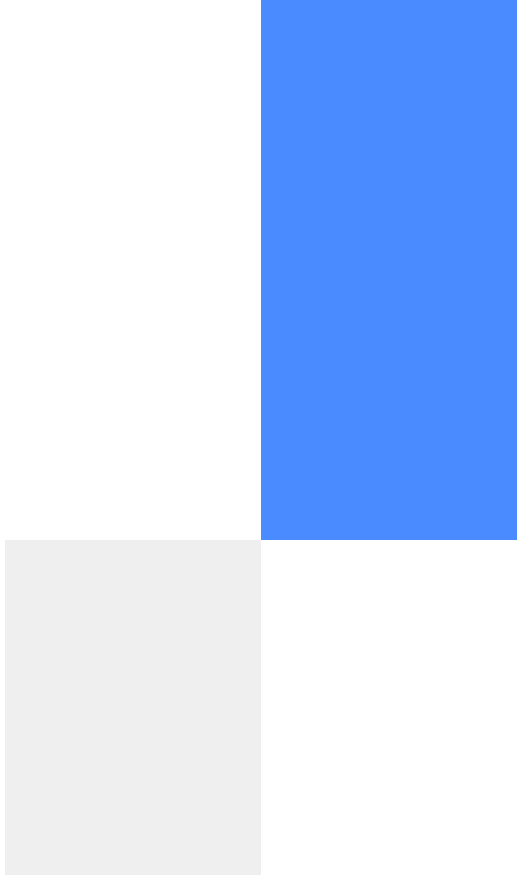


Competidores



O principal diferencial da Decathlon em relação aos seus concorrentes é sua proposta de valor centrada no **baixo custo** e na **democratização** do esporte. A empresa busca oferecer produtos esportivos de qualidade a preços acessíveis, o que tem atraído um público diverso.

Outro diferencial importante da Decathlon é sua estratégia de produção e distribuição **verticalizada**. A empresa desenvolve e produz seus próprios produtos, o que lhe permite controlar a qualidade e reduzir custos.



03

Análise Detalhada

Estudo da Empresa

Pivotagem

Não há informações públicas de que a Decathlon tenha realizado uma pivotagem significativa em sua estratégia de negócios recentemente. A empresa tem se mantido focada em sua proposta de valor de democratizar o esporte, oferecendo uma ampla variedade de produtos esportivos a preços acessíveis

Semelhanças e Diferenças ao Exterior

Segue a mesma linha da empresa em outros países, mas há pequenas diferenças. No Brasil, tem se concentrado na expansão de sua rede de lojas físicas, enquanto em outros países a empresa tem explorado mais o e-commerce. Além disso, a empresa no Brasil tem feito parcerias com instituições e eventos locais para fortalecer sua presença.

Canais de Comunicação

A Decathlon utiliza vários canais de comunicação com o cliente, incluindo lojas físicas, loja online, aplicativo móvel, redes sociais, e-mail marketing e atendimento ao cliente. A empresa também oferece serviços de suporte ao cliente, como assistência técnica e garantia de produtos.

Comentários

Presença forte nas redes sociais, com perfis ativos no Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube. A empresa usa esses canais para promover seus produtos, compartilhar dicas de esportes e interagir com seus clientes. Os comentários nas redes sociais sobre a Decathlon geralmente são positivos, com muitos clientes elogiando a qualidade dos produtos e o atendimento ao cliente. No entanto, há também críticas ocasionais relacionadas a questões de estoque e entregas.

Análise

Pontos para Explorar

A concorrência acirrada no mercado de artigos esportivos, a necessidade de manter preços baixos sem comprometer a qualidade dos produtos e a pressão crescente por sustentabilidade e responsabilidade social são desafios enfrentados hoje. Pode melhorar a disponibilidade e visibilidade do estoque (pelos comentários na internet), e a variedade de produtos nas lojas

Pontos Fortes

A proposta de valor centrada no baixo custo e na democratização do esporte, sua ampla variedade de produtos esportivos, e seus serviços de suporte ao cliente. A empresa também tem uma presença forte nas redes sociais e está expandindo sua rede de lojas físicas no Brasil.

Notícias e Mudanças

Decathlon anuncia parceria com adidas

Clientes da Decathlon Brasil já têm à disposição linhas de produtos da marca alemã

© março 9, 2023



as três listras
chegaram na
decathlon

Clientes Decathlon podem resgatar cashback também nas lojas físicas

Novidade chega para proporcionar uma experiência completa e omnicanal para participantes do programa de fidelidade da empresa

⌚ Tempo de leitura: 4 minutos

👤 por amanda medeiros

📅 8 de março de 2023



Decathlon vê Brasil como ‘país de conquista’ e quer dobrar de tamanho em quatro anos

Decathlon ultrapassou 15 bilhões de euros em vendas em 2022

Depois de recuperar e superar o seu nível de atividade pré-pandemia em 2021, a gigante da distribuição de artigos esportivos **Decathlon** fez novos progressos em 2022 e ultrapassou o marco simbólico dos 15 bilhões de euros. No ano passado, a empresa da família **Mulliez** registrou um crescimento de 12%, gerando precisamente 15,4 bilhões de euros de volume de negócios. Para a dirigente da Decathlon, **Barbara Martin Coppola**, que assumiu o cargo há um ano, trata-se de uma “performance sólida num contexto econômico e geopolítico mundial instável”.

Comprometida com um movimento para reduzir o seu impacto no planeta, a varejista afirma ter medido, pela primeira vez, uma queda de 1,5% nas suas emissões absolutas de carbono, enquanto produtos com *design* mais responsável representaram 23% das vendas em 2022 (face a 10% no ano precedente). A empresa tem como objetivo alcançar os 100% de artigos de *design* ecológico em 2026.

Para o futuro, o novo roteiro da marca, que visa “permitir que todas as pessoas, em todo o mundo, beneficiem dos benefícios do esporte”, tem quatro pilares: aumentar a proposta de valor (experiência do cliente), o desenvolvimento de modelos circulares para alcançar a neutralidade de carbono até 2050, a construção de uma cadeia de valor omnicanal de ponta e, por fim, o apoio aos colaboradores no seu desenvolvimento.

04

Explorando a Inovação



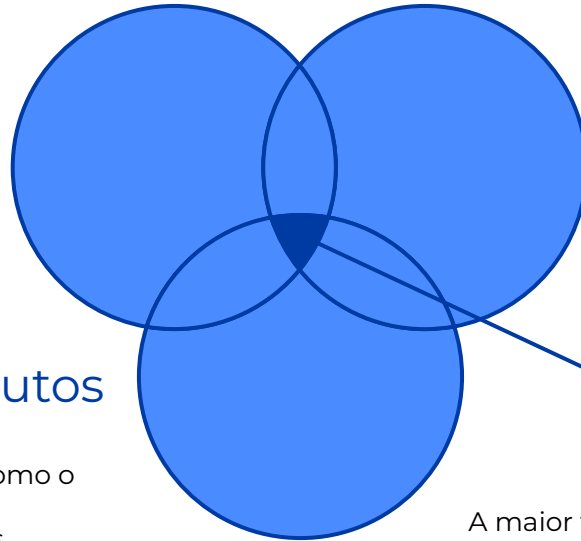
Inovação na Decathlon

Modelo de Negócios

Conceito de "esporte para todos", que visa tornar o esporte mais acessível e inclusivo para todas as pessoas, independentemente do nível de habilidade ou recursos financeiros.

Desenvolvimento de Produtos

Investe em tecnologias nos seus produtos, como o uso de materiais mais leves e resistentes e a incorporação de tecnologias digitais em seus equipamentos esportivos, como relógios esportivos e pulseiras de monitoramento de atividades físicas.



Digitalização

Venda online de produtos e a disponibilização de aplicativos que ajudam os clientes a escolher os produtos mais adequados para suas necessidades. A empresa também tem desenvolvido programas de treinamento online para incentivar a prática esportiva e oferecer orientação aos clientes.

Centrada no Cliente

A maior fonte de inovação da Decathlon é a combinação de tecnologia com o comportamento voltado ao cliente, que permite à empresa desenvolver produtos e serviços que são acessíveis e atendem às necessidades específicas dos clientes.

Referências

Site oficial da Decathlon no Brasil: <https://www.decathlon.com.br/>

Perfis da Decathlon: <https://www.linkedin.com/company/decathlon/>;
<https://www.instagram.com/decathlon/>; <https://www.youtube.com/user/decathlon>

Artigo sobre a história da Decathlon:

<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2016/12/com-40-anos-de-idade-francesa-decathlon-conquista-brasileiros.html>

Entrevista com o CEO da Decathlon no Brasil:

<https://exame.com/negocios/decathlon-cresce-25-no-brasil-e-planeja-abrir-mais-lojas/>

Artigo sobre a estratégia de inovação da Decathlon:

<https://www.hsm.com.br/blog/a-estrategia-de-inovacao-da-decathlon/>

Obrigado!

