



FABIANO
ZORTEA

COMPORTAMENTO

"Quem entende de gente, entende de vendas."

TENDÊNCIAS

"Antes de estudar o algoritmo, estude comportamento humano."

VENDAS

"Vender é organizar o pensamento do cliente."

FABIANO
ZORTEA



**O VENDEDOR
DEVE OUVIR
O CLIENTE
COM OS OLHOS.**



É mais ouvir do que falar.
Vender é sempre sobre
reciprocidade. Tenha uma forma de
atender que ninguém mais tem.



12° LIDERA

AO VIVO PELO YOUTUBE

PALESTRA "INOVAÇÃO E GESTÃO"

21 DE SETEMBRO
ÀS 19H



MAURÍCIO BENVENUTI
CONFERENCISTA



FABIANO ZORTÉA
MEDIADOR ESPECIALISTA
DE COMPETITIVIDADE

PALESTRANTE NACIONAL

FABIANO ZORTEA

+ DE 550 PALESTRAS REALIZADAS
+ DE 170.000 PESSOAS IMPACTADAS

1ª CONVENÇÃO
LOJISTA
2023

O VAREJO QUE CONECTA

#CONVENCAOLOJISTA2023

25 DE AGOSTO | BENTO GONÇALVES

Um evento imprescindível para quem precisa entender as ferramentas e superar os desafios no comércio gaúcho.



Clóvis de Barros Filho
O VAREJO QUE CONECTA NA VIDA



Gustavo Caetano
O VAREJO QUE CONECTA NO DIGITAL



Mazé Lima
O VAREJO QUE CONECTA NO PROPOSITO



Alexandre Pellaes
O VAREJO QUE CONECTA NO TRABALHO



Fabiano Zortea
HOST E CONECTOR DE CONTEUDO

FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO!

federacaovarejista.com.br/convencao-lojista
54 991372463

VIVER O VAREJO, DE GENTE PRA GENTE!

Participe da FBV 2025 e aprenda com quem faz.

Confira a programação no site
FEIRABRASILEIRADOVAREJO.COM.BR



Lee Peterson

Fabiano Zortea

Arthur Igreja

fbv

IMERSÃO PRESENCIAL PARA LÍDERES



FABIANO ZORTEA

NATALIA BEAUTY

LEANDRO KARNAL

A IMERSÃO QUE TRANSFORMA PESSOAS E NEGÓCIOS

04 OUT | GRAMADO/RS

TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA IMPULSIONAR SEU NEGÓCIO E ALCANÇAR SUAS METAS E OBJETIVOS!



RIS ARCANGELI

FABIANO ZORTÉA

CAIO CARNEIRO

Lidere, Inove e EMPREENDA

1 DIA DE APRENDIZADO COM OS MAIORES NOMES DO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

INOVAÇÃO

25 NOV - GRAMADO/RS
www.inovacao.com.br



FABIANO ZORTEA

Fabiano Zortea é um dos palestrantes mais respeitados do Brasil nos temas de varejo, vendas, comportamento de consumo e inovação nos negócios.

Estuda, articula e desenvolve estratégias para o desenvolvimento do varejo há mais de 20 anos. Filho de varejistas, é apaixonado por comportamento de consumo e teve uma experiência transformadora estudando o tema na University of California, nos Estados Unidos.

Administrador (Unisinos), com MBA em Gerenciamento de Projetos (Fundação Getúlio Vargas) e Pós-graduação em Gestão de Pequenos Negócios (FIA/USP). Possui Certificação em Inteligência Artificial para Líderes pela StartSe Tech Academy.

Zortea é também o líder do projeto de criação e implementação da Loja Tela (Porto Alegre), o primeiro laboratório de varejo colaborativo do Brasil.

Responsável pela estratégia de atuação de varejo do SEBRAE, professor do MBA na PUCRS e mentor de negócios.

CLIENTES

CONTRATANTES

Pós-NRF: Geração Z entra no radar do varejo

Palestrantes listaram a um público atento as ações que devem estar na mira das empresas ao longo de 2023

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

O Teatro da Unisinos lotado, em Porto Alegre indicou o interesse e a disposição de lojistas em saber caminhos a seguir no pós-pandemia. Para uma plateia sedenta por informações na primeira rodada de eventos tradicionais pós-NRF Retail's Big Show, encerrada na semana passada e com cobertura da coluna Minuto Varejo direto de Nova York, o cardápio foi apimentado.

"Que maravilha este auditório lotado!", exclamou o presidente da CDL Porto Alegre, Irio Piva, na largada da sessão que se estendeu por duas horas e meia.

"Este é um sinal de que estamos em retomada. Para quem passou por tudo que passamos nos últimos anos, podemos estar aqui, juntos, é um motivo de muita alegria", resumiu Piva. Depois o que se seguiu foi uma avalanche de insights e alertas. Uma das conclusões dos interlocutores, que esteve na NRF, é que a edição, a primeira sem maiores restrições da Covid-19, foi mais prática, indicando temas e soluções do dia a dia da atividade.

Valorizar a relação da marca com o consumidor aparece como lição

Sobre a geração Z, que deve responder por metade do consumo em 2030, segundo estudos de consultorias globais, Schifino motivou os lojistas a buscarem se aproximar destes consumidores.

"Esta geração está mais preocupada com o final do mundo do que com o final do mês", citou o diretor da Linx. Ele sugere que lojistas façam ações, como venda de



Schifino incentivou os lojistas a buscarem se aproximar da geração Z

O varejo diante de um ponto de inflexão



Fabiano Zortéa

Especialista em varejo e consumo do Sebrae RS

Pontos de inflexão estão diretamente ligados a momentos cruciais em que mudanças significativas ocorrem. Tomando esse conceito e adaptando-o para o varejo, foi possível perceber que estamos diante de um momento crucial, que volta a investir e apostar na loja física e na atração de clientes para um ambiente minimalista, conceitual, que ofereça interatividade e, acima de tudo, conexões entre as pessoas e qualidade no atendimento. Essa foi uma tendência latente percebida durante a NRF, maior evento de varejo do mundo, que ocorreu de 12 a 14 de janeiro em Nova York (EUA).

Neste ano, o programa de imersão liderado pelo Sebrae RS contou com 55 empresários e expoentes do varejo do RS que visitaram a NRF e lojas na cidade de Nova York para conhecer novidades e captar inspirações. A verdade é que, em um mundo em que as pessoas estão se sentindo cada vez mais solitárias e impactadas negativamente pelo ambiente digital, a loja física

de comunidade. É uma tendência muito além da venda do produto as pessoas para a atmosfera oferecida por seus ambientes e suas marcas.

Ao mesmo tempo em que as pessoas parecem preferir comprar o produto que sente uma saturação dessa mídia, o caminho é resgatar a essência primando por serviço atrelado a

A loja física e a atração de pessoas para esses espaços preponderância cada vez

Isto é, a tendência é acrescentar na experiência que os consumidores buscam nos espaços físicos, que tendem a ser mais minimalistas e mais interativos. Muitas vezes, olhar para trás é importante para compreender o futuro. Tratando-se de um paradoxo, que também

+ ENTREVISTA

FABIANO ZORTÉA, coordenador de Varejo do Sebrae RS fala sobre as experiências vividas em 10 NRFs, que é o maior evento do setor no mundo

O novo varejo raiz

Coordenador de Varejo do Sebrae no Rio Grande do Sul, Fabiano Zortéa já esteve presente em 10 edições da NRF (National Retail Federation) – Federação Nacional do Varejo nos Estados Unidos, uma das maiores associações de comércio varejista do mundo, que organiza anualmente, em Nova York, importante feira do setor em âmbito global.

No fim do mês, Zortéa trará para a Serra as experiências vividas em todas as edições da NRF, inclusive na deste ano, realizada em janeiro. O coordenador será um dos palestrantes do 5º Simpósio Estadual do Varejo, promovido pelo Sindilójas Caxias, no dia 29 de agosto, no Hotel Intercity, em Caxias do Sul.

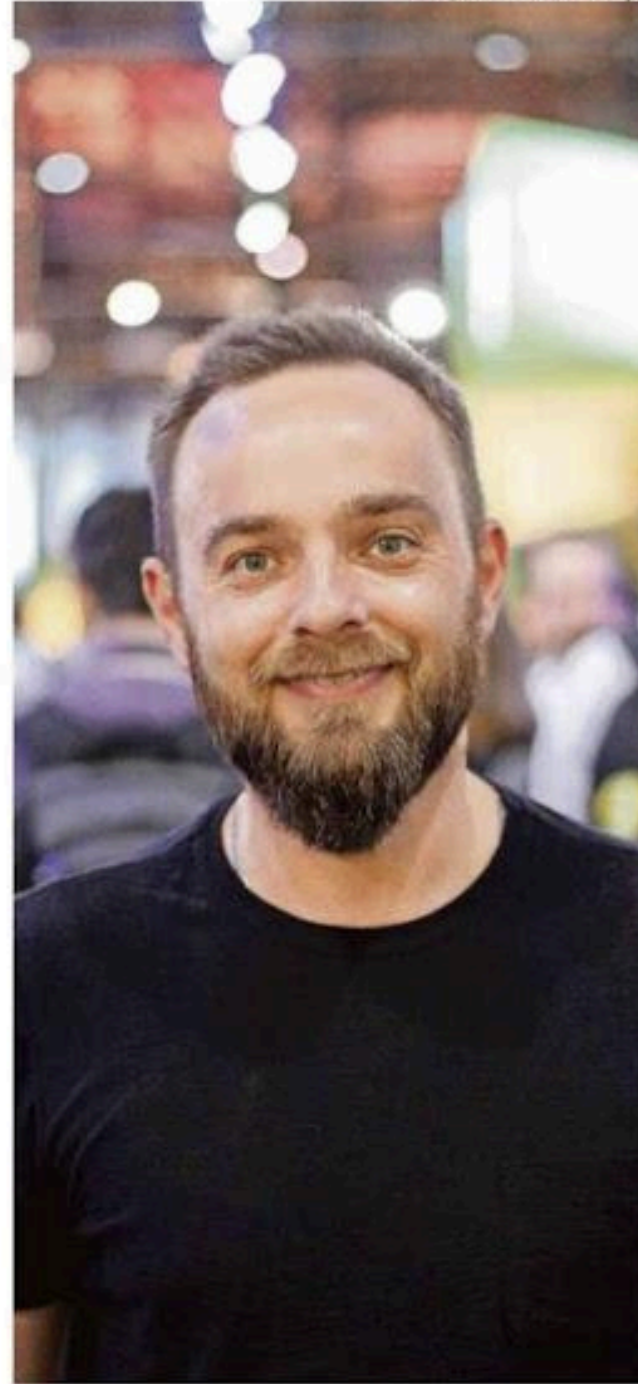
Com tanta informação, irá sintetizar tudo o que vivenciou e debateu no país norte-americano. Para isso, cunhou a expressão "novo varejo raiz" e agrupou em quatro tópicos as principais tendências que podem fazer sentido para os empresários varejistas brasileiros de todos os portes.

Filho de comerciantes, mentor de negócios e curador de conteúdo, Zortéa é incansável em identificar boas práticas inspiradas na vivência das últimas 10 edições da principal convenção do mundo para o varejo. Também é administrador (Unisinos), com MBA em Gerenciamento de Projetos (FGV) e pós-graduação em Gestão de Pequenos Negócios (FIA/USP). Apaixonado por varejo e comportamento de consumo, teve uma experiência estudando na University of California, nos Estados Unidos.

Confira abaixo uma entrevista que antecipa alguns dos aprendizados trazidos pelo coordenador do Sebrae gaúcho.

Como você resumiria a experiência vivenciada na mais recente NRF, a de 2023?

Foi uma edição de resgate do varejo raiz. Falamos sobre questões que eu chamo de "o novo varejo raiz", que não é repetir o que se fez no passado. Não é isso. É sobre resgatar o que é a essência do varejo e fazer isso muito bem feito. Os debates estavam centrados na empatia pelas demandas dos consumidores, em muitas técnicas para mapear as jornadas e, ao mesmo tempo, em entender mais sobre gente, sobre



ARQUIVO PESSOAL DIVULGAÇÃO

Um modelo de negócio que atende uma nova demanda de consumo, capaz de surpreender grupos específicos de consumidores.

pessoas. No meio disso tudo, ou como consequência, discutimos como deve ser o varejo.

E como deve ser o varejo?

Eu tentei organizar o enorme volume de informações em quatro tópicos que dão sustentação para esse novo varejo raiz. O primeiro deles é Varejo Local, porque a pandemia acelerou mudanças importantes na nossa vida e uma delas é que tem mais gente em trabalho remoto ou híbrido, o que fez mudar nossa relação com o consumo também. Um dado da consultoria WD Partners mostra que 88% das pessoas no mundo estão comprando mais localmente. Vê-se que há um movimento de migração de negócios para lugares onde não havia uma dinâmica de consumo. Em Porto Alegre, é o caso do 4º Distrito, onde está havendo uma ativação de consumo. E para fazer bem o varejo local, o varejista precisa entender muito bem sobre as dores e valores da região onde ele está instalado. Por exemplo, se ele vende tênis, deve saber se tem consumidores ali que praticam corrida, se ele vende bicicleta, saber se há um movimento no bairro para o pessoal pedalar junto. Dessa forma, ele tem uma chance maior de posicionar a marca dele num lugar especial da mente do consumidor. É muito mais do que pensar estratégias para trazer o cliente para dentro da loja, é fazer parte do fluxo natural daquele local. O pequeno comércio de bairro tem um nível de competitividade grande, porque tem uma história com a localidade, conhece as pessoas, tem uma conexão genuína com as demandas locais.

Tinhas falado em quatro

E qual é o segundo tópico?

O fluxo de loja física depende de bom posicionamento digital, então o segundo tópico eu chamo de Audiência Digital. Quem quer ter uma chance de vender mais na loja física, precisa ter uma boa audiência digital, fazer uso muito profissional das redes sociais. Divulgar mensagens reais, transmitir os valores da marca, contar histórias relacionadas ao produto e despertar o desejo nas pessoas de irem até a loja. Varejo é também entretenimento, e nesse aspecto a audiência digital pode proporcionar oportunidades para as marcas.

Fode ser uma live commerce, por exemplo: o pequeno lojista faz a live pelas redes sociais num domingo à tarde e pode já vender naquele momento ou atrair o consumidor para ir até a loja na segunda-feira. Ai já entra o terceiro item, que é a Jornada Híbrida. Isso significa que um mesmo consumidor em algumas situações quer comprar na loja física, indo lá, conversando com alguém, experimentando, e em outra hora, por questões diversas, quer comprar no digital. O varejista tem que estar muito disponível, adaptado, atento e flexível para atender essas jornadas híbridas. Mudamos o jeito de viver, e o consumidor aprendeu que pode exigir mais das marcas, então precisamos integrar nossos canais de atendimento e estar disponível nos múltiplos canais.

Tinhas falado em quatro

Evento reforça interação entre vendedor e cliente

Simpósio do Sindilójas Caxias debateu demandas dos consumidores

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

"Varejo é sobre como ganhar minutos de atenção e depois vender", avisou Fabiano Zortéa, do Sebrae-RS, para uma plateia de mais de 600 pessoas no 5º Simpósio Estadual do Varejo, em Caxias do Sul. O evento, organizado pelo Sindilójas Caxias. Entender as demandas de clientes e ter equipes de vendas afinadas e preparadas para atuar no ponto físico e digital foram destaques no simpósio na maior cidade da Serra Gaúcha.



Zortéa diz que o 'novo varejo raiz' resgata antigas práticas

centrado na experiência humana, enfatizando as diferentes formas

um dos canais digitais ganha espaço e relevância

MÍDIA

que traga diversos, que personalize, que resolva problemas, que

tanto no front digital como físico do comércio. O simpósio teve grande disponibilidade" acrescenta o especialista em atendimento ao consumidor no que



CURADORIA
IMERSÃO

NRF SXSW VALE DO SILÍCIO

Zortéa conecta tendências globais com a realidade de empresas brasileiras dos setores de comércio, serviços, indústria e agronegócio.

É curador de conteúdos e líder de imersões empresariais para a NRF, em Nova York, desde 2013, o maior evento de varejo do mundo. Também atua como curador de conteúdos na NRF Ásia-pacífico, maior evento de varejo da Ásia, em Singapura. Anualmente, participa como pesquisador do SXSW, o principal evento global de criatividade e inovação, no Texas.

- ✓ Principais eventos mundiais do Varejo e Inovação
- ✓ Busca constante por aprendizado, método e criatividade
- ✓ Traduz tendências globais para aplicação local





SERVIÇOS ESTÃO REDESENHANDO O VAREJO DO FUTURO



*O que a sua marca
representa que vai
além do produto?*



**FABIANO
ZORTEA**

palestra

88%

DOS CONSUMIDORES ESTÃO
COMPRANDO LOCAL COM MAIS
FREQUÊNCIA AGORA

TODAS AS PALESTRAS SÃO CUSTOMIZADAS
PARA O CONTEXTO DE CADA EVENTO

O NOVO VAREJO RAIZ

O essencial como estratégia de futuro.

O sucesso do varejo nasce do equilíbrio: essa palestra propõe o uso de 20% do tempo para tendências e 80% dedicado à essência do mundo das vendas e de ser varejista.

Atender de uma forma relevante, ter um mix de produtos inteligente, relacionar-se de forma autêntica, criar motivos reais para o cliente ir à loja, os desafios da liderança multigeracional e o protagonismo do vendedor são temas abordados de forma instigante e prática.

Ao invés de se distrair com hypes e excessos tecnológicos, o “Novo Varejo Raiz” propõe consistência, disciplina e presença digital qualificada como suporte, sem nunca perder o foco no básico bem feito, que é o que todos os sinais profundos da sociedade sustentam que gerará resultados duradouros.

FABIANO
ZORTEA

01 palestra



CONECTANDO GERAÇÕES

Equipes Multigeracionais na Era da Inteligência Artificial

Liderar gerações em tempos de inteligência artificial exige priorizar pessoas, construir um ambiente de bom convívio entre diferentes gerações, fortalecer a relação entre equipes e líderes e usar a tecnologia como aliada de produtividade e qualidade de vida.

Marcas só transmitem autenticidade quando seus colaboradores se sentem parte da estratégia, elevam a criatividade e apresentam atitude protagonista.

**TODAS AS PALESTRAS SÃO CUSTOMIZADAS
PARA O CONTEXTO DE CADA EVENTO**



DEPOIMENTOS

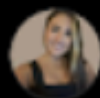
QUEM A PALESTRA DESAFIA?

**VENDEDORES, GESTORES,
VAREJISTAS, LÍDERES E TIMES DE VENDAS**

FABIANO
ZORTEA



Foi muito boa a palestra. Pude pegar vários insights para levar para os meus clientes. Eu que agradeço. Vou te acompanhar por aqui para absorver mais conteúdos. Parabéns pelo trabalho.



Oiiii Fabiano, ontem a tua palestra foi maravilhosa! Poderia facilmente ficar te ouvindo mais 1 hora. Te ouvir é uma injeção de ânimo, a gente se apaixona novamente pelo varejo!! Foi demais! Muito obrigada

Estava precisando de uma palestra assim! Eu que agradeço! 😊



Nós que agradecemos !
Você deu uma aula e não uma palestra!
Somos do on-line e físicos e estamos em constante mudança , pra acompanhar tudo que tem !
Então foi muito bom ontem!
Gratidão mesmo

Excelente. Muito obrigada 🙏
Adoramos tuas contribuições.
Provocou muitas reflexões e movimento



Você desperta um sentir maravilhoso da evolução, você inspira a capacidade de vencer que podemos prosperar muito se usarmos o foco na direção certa . Obrigada por nos permitir sentir que somos capazes de fazer nossos clientes felizes, que junto com a nossa venda podemos vender muito amor, auto estima, confiança e poder . Parabéns.