



Omnicanalidade

O modelo de negócios omnicanal possibilitará ao consumidor aproximar-se das nossas marcas na forma, lugar e momento que lhe for mais conveniente, respondendo às mudanças aceleradas de consumo e de estilo de vida de nossa sociedade.

Ao desenvolvermos diferentes canais de comercialização, como o varejo e *e-commerce*, assim como a complementaridade entre eles, favorecemos o aumento de clientes que se relacionem com as nossas marcas e, potencialmente, com as Consultoras de Beleza Natura e Avon.

É uma jornada na qual estamos evoluindo, mas entre as interações omnicanal que já comprovaram bons resultados, destacam-se as iniciativas de *"ship from store"*, nas quais o cliente compra no canal de *e-commerce* e a loja mais próxima envia o produto, a fim de minimizar o tempo de espera do consumidor; e o modelo *"clique e retire"* - em que o cliente compra no ambiente on-line e retira na loja da sua conveniência.

Varejo

O varejo foi um dos destaques da Natura em 2023, com a abertura de 153 lojas próprias e franquias na região.

O novo modelo de franquia com a bandeira exclusiva da marca Natura foi o grande destaque, representando mais de cem novos pontos de venda e evidenciando a solidez da marca e sua maturidade no mercado. No total, encerramos 2023 com 932 lojas Natura na América Latina, das quais 887 estão no Brasil. Destaca-se também o ritmo de crescimento do canal no Chile, onde já estão operando 25 lojas e estamos intensificando a omnicanalidade.

O aumento da representatividade do canal de varejo em datas comemorativas, como o Natal, atesta a conexão com novos consumidores que não eram alcançados pelos outros canais.

Os bons resultados também aparecem na excelente avaliação dos nossos consumidores e sua afinidade para recomendar a marca, mensurada pelo Net Promoter Score (NPS). Alcançamos 91 pontos, um aumento consistente em relação a 2022, em todos os países com lojas. O indicador está 24 pontos acima da média de NPS para cosméticos e perfumaria (67), uma das categorias com melhor avaliação (quarto lugar) de acordo com o NPS Benchmarking de 2023 (confira mais detalhes em nosso Databook América Latina).



E-commerce

Estamos avançando nas vendas *on-line* de nossas marcas. As vendas digitais da Natura incluindo *e-commerce* e vendas em redes sociais crescem após ajustes nas estratégias da marca nas plataformas de comércio eletrônico e nas vendas em redes sociais, com foco em aprimorar sua abordagem omnicanal.

A Avon, por sua vez, apresentou resultados expressivos em campanhas realizadas em datas comemorativas, como Natal, evidenciando o potencial da marca nesse canal.

A plataforma do *e-commerce* está sendo atualizada para comportar ferramentas de inteligência artificial que permitam entregar ofertas direcionadas para cada cliente. Na Argentina, a migração da marca Natura foi realizada em 2022 e em 2023 concluímos migrações no México e no Chile. A Avon segue o mesmo caminho, com novas oportunidades de crescimento sendo habilitadas em processo acelerado a partir do modelo da Natura.