

Plano da Administração

2023



WESTWING

Agenda



1

Introdução

2

Plano da Administração

Marcelo Kenji



Engenheiro

Consultoria

Planejamento Estratégico
Fusões e Aquisições

Infraestrutura: Solví

Controladoria / *Turnaround*
Operações Estruturadas

Varejo: MOB e La Guapa

CFO / RH / TI
Varejo físico
Desenvolvimento de negócio



Plano da Administração

2 pilares estratégicos:

Ganhos de eficiência

Momento de mercado

Preservação de liquidez

Robustez na retomada

Retomada de GMV

Expansão de sortimento

Maior eficiência na aquisição de clientes

Maior monetização da base de clientes atual

Destino de móveis





Ganhos de eficiência

Até 1T23:

Capital de Giro:

Ciclo de conversão: **-24 dias** no 1T23 vs 1T22

Marketing

Maior eficiência de Marketing:

2022: 6,7% Receita (**-3,3pp** vs 2021)

1T23: 5,7% Receita (**-0,8pp** vs 1T22)

Expansão

Lojas e Hubs: últimas aberturas em 2022, sem novas aberturas para preservar caixa

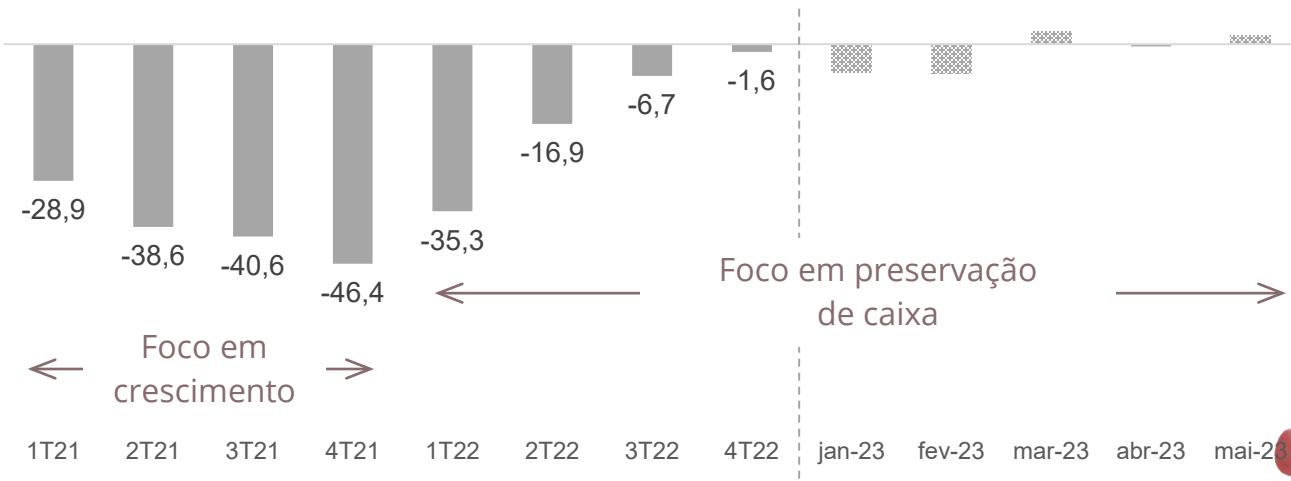
Despesas gerais

Pessoal: **-21,5%** 1T23 vs média 2022

Opex: **-12,8%** 1T23 vs média 2022

Estratégia mostrando os primeiros resultados positivos

Variação de Caixa



Geração de caixa:

+R\$ 4 milhões, entre março e maio



Plano de redução de despesasfixas no 4T23

Iniciativas:

Total no 4T23: R\$ 5,5-8 milhões
12-18%da receita líquida do 1T23

SG&A

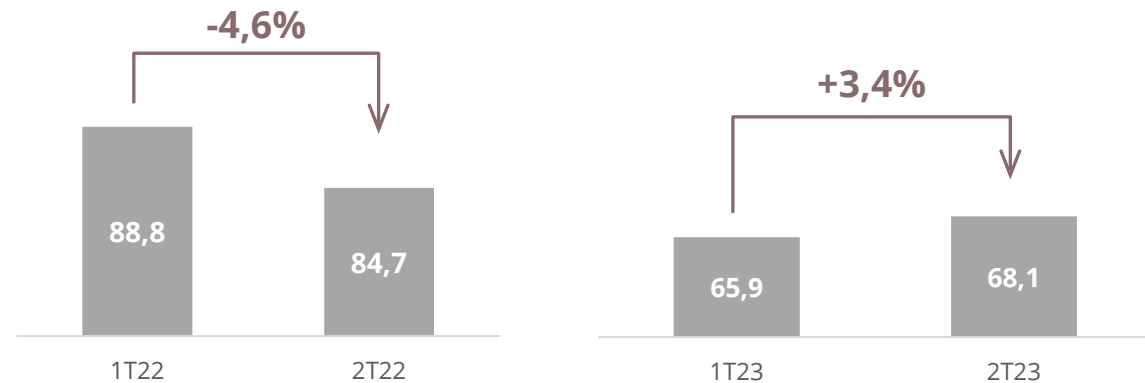
Logística

Sublocação parcial CD
Redução jornada Hubs

Lojas

GMV com sinais de estabilização e possível retomada do crescimento

Evolução do GMV



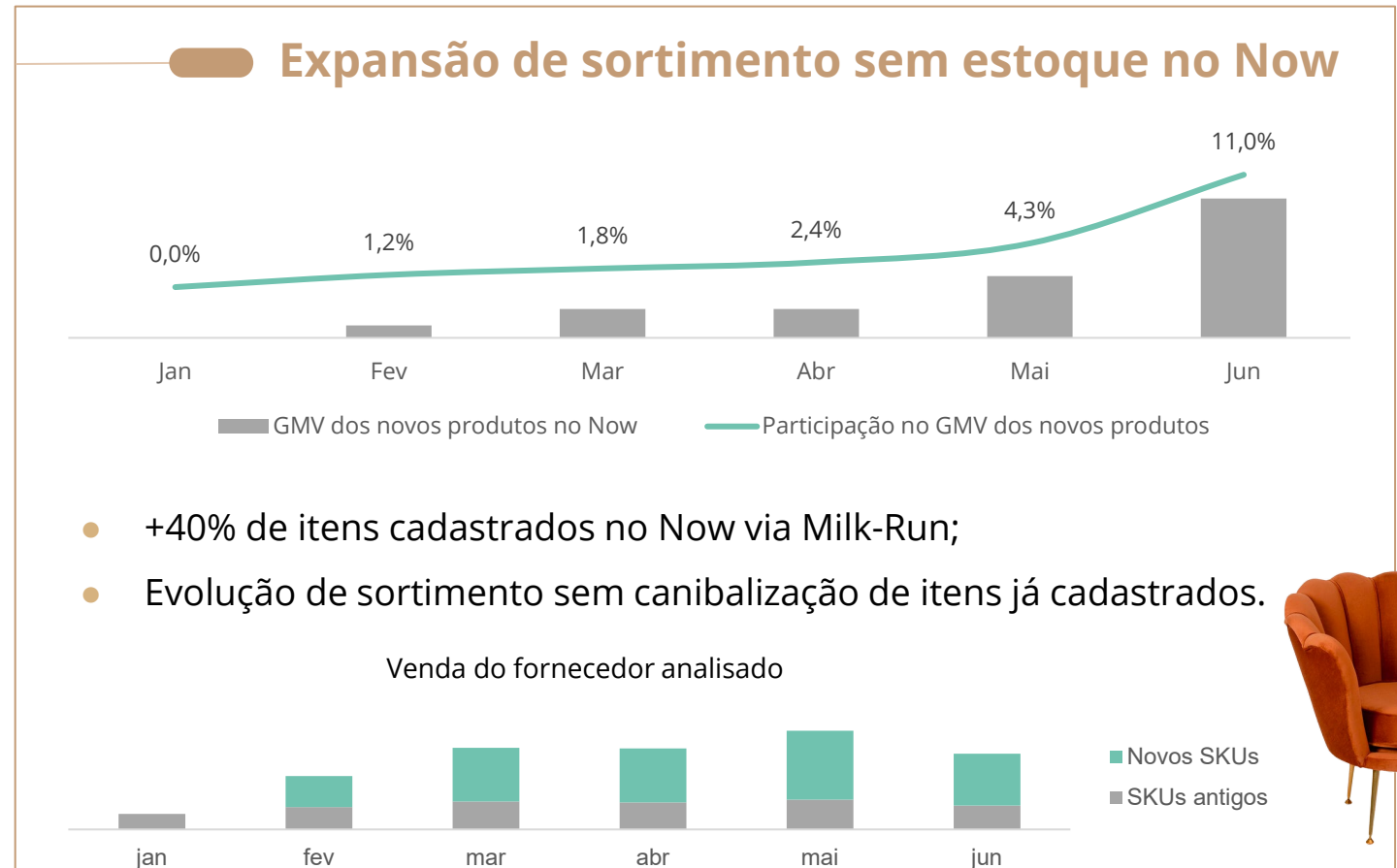
- Buscas por itens de casa&decor no Google 2T23 vs 1T23: **-9,8%¹**;
- No 2T23, o GMV da Westwing cresceu em momento em que o mercado de casa e decoração aparentemente caiu;
- Potencial melhora de mercado: redução da taxa de juros no 2º semestre.



¹ Dados do Google Trends

Projetos para retomar o crescimento

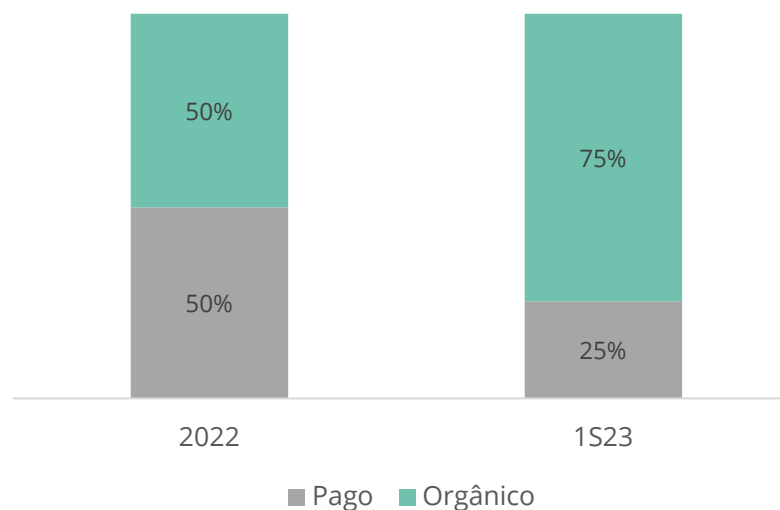
Expansão de sortimento sem estoque via Milk - Run



Projetos para retomar o crescimento

Maior eficiência na aquisição de clientes

Leads por origem – foco em orgânico



- Aumento de 72% no GMV/lead¹ no 1S23 vs 2022.



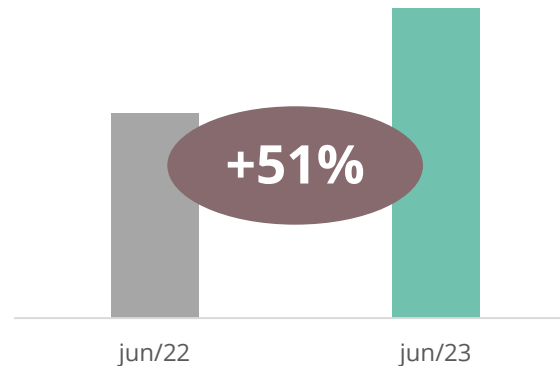
¹ GMV/lead dos primeiros 30 dias

Projetos para retomar o crescimento

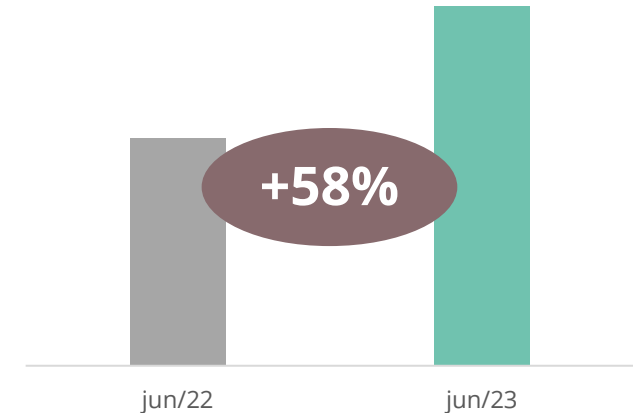
Maior eficiência na aquisição de clientes

— Evolução de Keywords e Leads de SEO no Google

Keywords



Leads

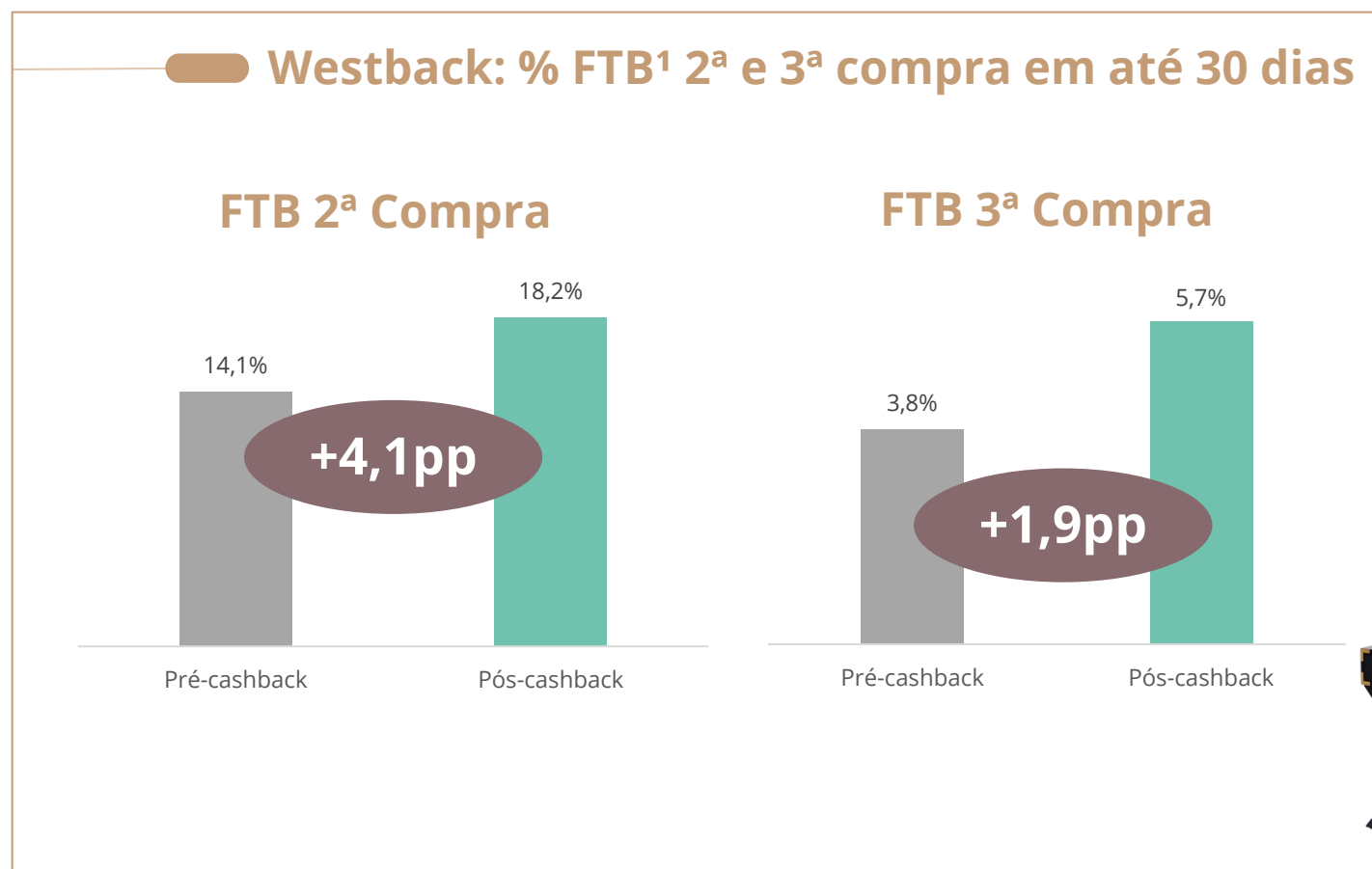


- Utilização de inteligência artificial para acelerar os resultados em SEO



Projetos para retomar o crescimento

Maior *monetização* de base atual de clientes



¹ First time buyers

Projetos para retomar o crescimento

Destino de Móveis

Aumentar o market share na categoria de móveis

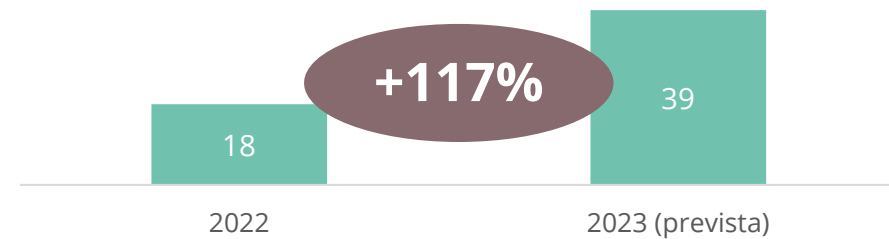
Maior ticket médio

Maior margem de contribuição

Melhor diferenciação via Private Label

Oportunidade de mercado

Coleções de Móveis no Private Label



Q&A





OBRIGADO!

ri@westwing.com.br

ri.westwing.com.br