

Netshoes lança sistema que ajuda a escolher o melhor tênis de corrida

Com a ferramenta de inteligência artificial, no site e no app, os corredores respondem um quiz sobre rotina e preferências durante os treinos e recebem indicação de produtos

São Paulo, 3 de abril de 2025 – A Netshoes, maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país, acaba de lançar um novo sistema que ajuda a escolher o melhor tênis de corrida, no site e aplicativo. Com a ferramenta, os corredores compartilham sua rotina de treinos e recebem a indicação dos melhores produtos para aquele perfil de atleta, por meio de inteligência artificial. O aprimoramento da experiência de compra acontece em um momento em que a marca já registra bons resultados na categoria: as buscas por artigos para correr subiram 69% neste primeiro trimestre, comparado com o mesmo período do ano anterior.

“A prática da corrida casa muito bem com o nosso posicionamento de incentivo ao esporte no seu ritmo. Ela abraça amadores e profissionais e cresce rapidamente em uma proporção enorme”, afirma Sarkis Heghenian, gerente de corrida e treino da Netshoes. “Os corredores formam verdadeiras comunidades que são divididas por estilo, nível, tipo de terreno. A experiência de compra guiada é uma indicação do especialista para o corredor. Para conseguirmos dar uma recomendação personalizada, o uso da IA é essencial”.

Para criar a página exclusiva, a Netshoes conversou com especialistas, analisou dados e pesquisas para chegar às informações necessárias para atender o público corredor, desde amadores até os maratonistas, além de utilizar os desenvolvedores da empresa e inteligência artificial.

“Nossa solução é baseada em inteligência artificial e queremos de fato revolucionar a maneira como os corredores encontram o calçado perfeito”, diz Diego Peroni, CTO da Netshoes. “Ao analisar preferências individuais e características dos tênis em nosso catálogo, a ferramenta oferece recomendações personalizadas. Esse avanço não apenas simplifica a busca pelo tênis ideal, mas também maximiza o conforto, ajuda a prevenir lesões, otimiza o desempenho e proporciona ganhos significativos para corredores de todos os níveis.”

Para conferir, acesse: <https://www.netshoes.com.br/seu-ritmo/running>.

Netshoes Run Tour

Esta não é a única novidade relacionada à corrida para a empresa. Em março, a Netshoes lançou a Netshoes Run Tour, evento que levará pelo Brasil afora a experiência da tradicional corrida de rua da marca e incentivará o estilo de vida esportivo. Além das corridas, as

novidades são os “treinões” adicionados ao roteiro e novas distâncias de percurso para promover um estilo de vida ativo e esportivo. Ao longo do ano serão duas provas, realizadas em Brasília e São Paulo, e quatro “treinões”, em Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Recife e Belém.

Para este ano, a corrida da marca foi repaginada e apresenta um novo conceito e identidade visual mais atual e jovem, com o objetivo de trazer o clima de festival para os eventos que este ano estarão presentes em seis estados do Brasil.

“O evento é um pilar importante da empresa, marca sua presença física e se aproxima da dos consumidores e corredores. No ano passado, a companhia apresentou seu novo posicionamento e adotou uma estratégia voltada para a adição de novos elementos no relacionamento com o consumidor, com mais conteúdo, influência e eventos exclusivos para o universo esportivo. Agora juntamos a força da experiência física e a sofisticação da IA para nos aproximarmos cada vez mais do nosso cliente corredor”, finaliza Sarkis.

Sobre a Netshoes. A Netshoes vai no seu ritmo e é o maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país. Além disso, oferece um amplo portfólio de produtos e serviços e tem comprometimento com o consumidor para proporcionar a melhor experiência de compra, entrega e qualidade dos produtos. A marca está no mercado há 25 anos e tem mais de 20 milhões de fãs nas redes sociais. A empresa também opera mais de 10 e-commerces no Brasil, como as lojas oficiais da NBA, NFL, Nerdstore, Rainha e Topper, além das lojas de clubes como ShopTimão, SAO Store, Loja do Cruzeiro, InterShop, ShopVasco e Santos Store. Em 2019, a Netshoes passou a fazer parte do Magalu, reforçando o comprometimento da empresa com o consumidor e a visão de ser referência global em experiência de compra on-line por meio de inovação e conectividade em multiplataformas.

IMPRENSA NETSHOES

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Fernanda Muchão

fernanda.muchao@novapr.com.br

Patricia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br

Paula Carone

paula.carone@novapr.com.br