

CASOS

Cliente: Atitude

Como o site da Atitude se transformou num importante canal de distribuição e contribui para o aumento das vendas da empresa.

Problema

A Atitude é uma conhecida empresa distribuidora de equipamento de HI-FI. De entre as marcas que representa, destacam-se a Naim, a Accuphase e a Van den Hul, todas marcas reputadas a nível mundial.

No final de 2001, o Sr. Rui Carrasco, gerente da Atitude, apercebeu-se que apesar das vendas de sistemas HI-FI estarem a correr de feição, tornava-se necessário incrementar as vendas de acessórios que proporcionavam receitas mais regulares. A rede de distribuidores que tem para estes produtos não funciona, principalmente porque não querem fazer stock (o stock de acessórios é muito vasto e a rotação é baixa), além de que o acessório tem uma grande componente de compra de impulso. A Atitude está localizada em Lisboa.

Com base neste conjunto de factores, a Atitude decidiu investir num site na Internet (www.atitudehi-fi.com) e associado criou uma funcionalidade que permite aos visitantes se inscreverem e receberem a newsletter da empresa. A empresa adoptou a solução ED-Portal com o módulo de newsletter. O site passou a ser divulgado em todos os anúncios de imprensa, bem como num portal na Internet dedicado a esta temática. (www.hi-fi.ebox.pt).

Em Março do corrente ano, foi enviada a primeira newsletter. Desde essa data, a empresa passou a enviar a newsletter com regularidade e através destes envios foi não só promovendo os produtos da empresa na generalidade, mas especialmente foram feitas várias campanhas na área dos acessórios. Através da informação recebida sobre a "follow-up" da newsletter, dos produtos pesquisados no site, a Atitude efectuou campanhas específicas para determinados clientes.

Resultados

Ao final de seis meses, os resultados são muito positivos:

A newsletter é enviada a algumas centenas de utilizadores, que voluntariamente se inscreveram no site; São enviadas várias versões da newsletter de forma automática, o que tem permitido subir a taxa de consulta para mais de 80% das newsletters enviadas.

O número de presenças nas apresentações de novos equipamentos feitas pela Atitude subiu, pois a comunicação por email revelou-se mais eficaz que o tradicional mailing. A Atitude deixou de ter os custos com o envio dos convites em papel que atingiam cerca de a mais de 500 Euros por envio;

A Atitude passou a dispor de uma ferramenta de gestão de contactos onde está organizada toda a informação, quer sobre os clientes, quer sobre todos os interessados nos produtos da Atitude; a ferramenta regista também e apresenta de uma forma simplificada quais os clientes com maior potencial através deste canal.

Finalmente, a venda de acessórios em especial cabos, aumentou cerca de 40%. Destaque-se que hoje cerca de 20% das vendas de acessórios são efectuadas através de pedidos chegados via internet.

Conclusão

Hoje, o site e a respectiva newsletter fazem parte integrante da estratégia de marketing e vendas da empresa, constituindo o canal com melhor relação custo/benefício. A Atitude considera que o retorno do investimento feito com o site superou em muito as metas estabelecidas inicialmente.

Para informações adicionais sobre o caso, favor contactar:

Tomé Gil, tome.gil@escritadigital.pt, tel: 21 3811710

Rui Carrasco, atitudehi-fi@clix.pt, tel: 213430002

Informações adicionais sobre a solução ED-Portal e ferramentas associadas podem ser obtidas no site da Escrita Digital (www.escritadigital.pt) ou através do contacto com:

Tomé Gil, tome.gil@escritadigital.pt, 213811710

Novembro, 2002