

Rede Angeloni Clientes compram pelo celular

Mais do que ampliar vendas, a iniciativa é uma estratégia de marketing para superar a concorrência ao oferecer mais uma comodidade aos consumidores



Por Patrícia Büll | redacaosm@lund.com.br

Há consumidores que querem uma experiência de compras inesquecível, e os supermercadistas se esforçam para atender esse desejo, seja com o mix de produtos, com promoções ou serviços diferentes da concorrência. Ao mesmo tempo, há pessoas que desejam aliar boas compras à praticidade. Para elas, a rede catarinense Angeloni, 20 lojas, oferece a compra

pelo telefone celular desde dezembro do ano passado. Com a iniciativa, a empresa amplia o leque de serviços ao cliente ao mesmo tempo em que é uma das primeiras varejistas a disponibilizar essa ferramenta ao público.

Segundo Edson Doria, gerente de comércio eletrônico da rede, mais do que ampliar as vendas pelo novo canal, o objetivo é usar a tecnologia da mobilidade para facilitar as compras do cliente. "O Angeloni já possui uma



O serviço de compra pelo celular foi oferecido a seiscentos clientes que participam do programa de fidelidade

operação consolidada via internet e televidas. *Por* isso, avaliamos a possibilidade de vender também pelo celular, que hoje é desejo de consumo para a maioria dos jovens e indispensável para boa parte dos trabalhadores", explica.

Doria reconhece que a compra pelo telefone móvel ainda não é uma necessidade dos consumidores. No entanto, faz parte de uma estratégia de marketing para atender o cliente que deseja essa experiência. Por enquanto, 600 pessoas que participam do Clube Angeloni, o Programa de Fidelidade da rede, podem comprar por meio do celular. "No lançamento do serviço foram distribuídos catálogos para os sócios que já tinham comprado por meio da internet ou por televidas nos últimos 12 meses", explica Doria.

ESTRATÉGIA

Tecnologia é ferramenta de marketing

O catálogo foi enviado para as residências dos clientes selecionados. Nele, o consumidor encontrava informações sobre a compra pelo celular, bem como o passo-a-passo de instalação do aplicativo no aparelho e os processos de compra. "Os funcionários da Central de Televidas e das Estações do Clube Angeloni nas lojas também foram preparados para dar todo o suporte em caso de dúvidas", afirma Doria.

O gerente de comércio eletrôni-

co não revela o percentual de consumidores que já compraram pela internet nem o tíquete médio. Segundo ele, a preocupação no canal é facilitar o processo de compra do cliente e, principalmente, acompanhar a evolução tecnológica utilizando-a como estratégia de marketing. Segundo Doria, em 1999, quando entrou no comércio eletrônico, a rede Angeloni saiu na frente dos concorrentes em Santa Catarina.

SORTIMENTO

Rede vende 8,5 mil itens pelo celular

Nem só de eletroeletrônicos vive a venda pelo celular. O Angeloni disponibiliza mais de 8,5 mil produtos, incluindo itens de higiene, limpeza, bazar e alimentos. Segundo Doria, o sistema oferece as facilidades de compra e a variedade de produtos da internet e do televidas, além de utilizar a mesma logística. "No caso de hortifrúteis, carnes, frios e peixes, o cliente escolhe a quantidade desejada e em um campo de observação anota a 'aparência' do produto", destaca. Ele cita como exemplo a compra de tomates. No campo quantidade, a pessoa coloca 1,5 kg (ou outra fração) e, no campo observação, escreve, por exemplo, "bem maduros".

O sistema de compras é simples, afirma Doria. O cliente acessa o site da rede pelo próprio celular e faz o download do aplicativo Java de aproximadamente 92 Kb. O aparelho precisa contar com a tecnologia

CONHEÇA O ANGELONI

LOCALIZAÇÃO

Santa Catarina

FATURAMENTO EM 2007

R\$ 1,2 bilhão

CRESCIMENTO NOMINAL

10%

NÚMERO DE LOJAS

20

ÁREA DE VENDAS

71 mil m²



Serviços que envolvem tecnologia

exigem colocar à disposição dos clientes canais para tirar dúvidas na hora de instalar os programas. O Angeloni preparou a equipe de televendas para essa tarefa.

GSM/GPRS e suporte Java (MIDP 2.0). Para instalar, basta o consumidor seguir as instruções que aparecem na tela do celular, de acordo com o modelo do aparelho.

COMPRAS

Processo é igual ao da internet

Segundo Doria, a maioria dos telefones com câmera estão aptos a utilizar o sistema de compras do Angeloni. Mesmo assim, a rede mantém a relação dos principais modelos em seu site (www.angeloni.com.br). O gerente explica que o aplicativo é gratuito.

O passo seguinte é encher o "carrinho" virtual. Para isso, o cliente consulta o catálogo de produtos, digita o código de barras e a quantidade desejada. Quem tem um celular com câmera pode fotografar os códigos de barras coloridos. Quando o cliente encerra a compra, o aplicativo informa o valor total e pergunta a forma de pagamento: dinheiro, cheque ou cartão de crédito. "Como o serviço está disponível para os associados do Clube Angeloni, o endereço do cliente já está cadastrado no sistema, agilizando a compra", destaca.

Como qualquer programa que envolve tecnologia pode gerar alguma dúvida, o próprio site do supermercado traz as soluções para os principais problemas na hora de configurar o aparelho. O mais comum é a falha de conexão GPRS, diz Doria. Quando ocorre, o cliente só precisa clicar no mo-

delo do aparelho e seguir o passo-a-passo para configurar o GPRS. "A equipe de televendas também está treinada para orientar o público e, caso não consiga resolver, o problema é encaminhado à empresa que desenvolveu o sistema. Entretanto, isso não foi necessário até o momento", salienta Doria.

SISTEMA

Desenvolvido por empresa contratada

O sistema foi desenvolvido em parceria com A Fazion Sistemas, empresa de Mobile, utilizando aplicativo em Java, sendo que se comunica por meio do Web Services com o ERP do Angeloni. "Toda a tecnologia tem suporte de servidores da IBM", explica o gerente. Segundo ele, o aplicativo funciona independente da operadora de telefonia celular. "O grande diferencial tecnológico é que este aplicativo utiliza a rede de dados somente quando envia ou recebe informações dos produtos. Com isso, a utilização da rede é muito baixa, com custo bastante reduzido", esclarece o executivo do Angeloni.

Agora, a rede vai acompanhar a evolução da ferramenta e, com isso, direcionar as próximas ações. "Se for preciso, mudaremos a tecnologia utilizada para melhorar o serviço. O Angeloni vai sempre se adequar para atender as necessidades dos mais diversos clientes", finaliza Doria.