



Telhanorte

O laboratório da Telhanorte

NO FINAL DE ABRIL, AO entrar em uma das quatro lojas de material de construção Center Líder, os consumidores vão se deparar com ambientes diferentes. **Por fora, todos os locais apresentarão a mesma identidade visual, com a marca renovada depois da aquisição pela Telhanorte, em julho do ano passado. Por dentro, cada uma delas terá particularidades que**

não serão encontradas nas outras unidades. A loja do bairro Aricanduva, por exemplo, terá produtos voltados para profissionais do setor de construção e disponibilizará um serviço de corte de madeira. As de Campo Limpo e Sumaré reunirão uma gama maior de itens de autoserviços, para quem precisa fazer compras emergenciais. Já a unidade de Guarulhos, na Grande São Paulo,

terá mais variedade de insumos básicos, como cimento e areia. Todas continuarão focadas nos públicos B e C, mas elas serão uma espécie de laboratório de testes para avaliar qual dos três conceitos de varejo trará um melhor retorno. O modelo que apresentar os melhores resultados será replicado para todas as lojas. Foi a forma encontrada pela companhia para entender os anseios desse tipo



“
Atendíamos
apenas as
classes A e B.
A classe C
ainda é um
mistério para
nós

NEY GALVÃO,
DIRETOR-GERAL

companhia em 40%. **As vendas nas 41 unidades do grupo resultaram no faturamento de mais de R\$ 1,5 bilhão nos 12 meses encerrados em março último. A meta é crescer mais 30% no próximo período.** Ainda no primeiro semestre deste ano, a empresa deve estrear no comércio eletrônico, sem pretensão de aumentar demais as vendas por causa disso. "As pessoas que já conhecem os produtos farão compras por ali, mas a grande maioria continuará preferindo ir até as lojas ver e tocar os materiais", acredita o executivo.

Galvão é engenheiro e passou a dirigir a empresa em janeiro deste ano, após 26 anos de atuação no braço industrial da Saint-Gobain, com atuação na fabricação de vidros, embalagens e outros produtos. O processo de transição de Galvão para a liderança do único negócio de varejo da gigante francesa durou dois anos. "Meu primeiro desafio foi entender o varejo", diz ele. Há quatro meses, Galvão analisa os clientes das lojas por meio de seis câmeras instaladas na entrada da principal loja da Telhanorte, na Marginal Tietê, em São Paulo. Por meio dos equipamentos é possível analisar os reflexos das mudanças na composição da loja. "Estudos mostram que 90% dos consumidores, em qualquer varejo, vão para o lado direito dos comércios. Descobrimos maneiras de atrair a atenção deles para o outro lado, trocando a exposição dos produtos", explica Galvão, sem esconder o fascínio que o mundo do varejo está lhe proporcionando. **S**

Tatiana Vaz

A varejista testa três conceitos de lojas para consumidores das classes B e C. O melhor será estendido para outras unidades

de consumidor, até então desconhecido da Telhanorte. "Atendíamos apenas as classes A e B. A classe C ainda é um mistério para nós", afirma Ney Bretanha Galvão, diretor-geral da Telhanorte. "Esse público busca produtos de autoconstrução."

Das dez lojas Center Líder adquiridas, seis deram espaço a novas unidades da Telhanorte. Para gerenciar melhor esse novo segmento de negócios, a companhia dividiu os ramos de atuação em três bandeiras: Center Líder, Telhanorte e Telhanorte Pró, voltada para engenheiros e arquitetos. Apesar de terem áreas e estratégias desenhadas para cada uma das marcas, todas serão controladas pelo

grupo francês Saint-Gobain. "O intuito é manter as marcas independentes e avaliá-las separadamente", afirma o diretor. A incorporação da antiga concorrente ao portfólio, aliada à abertura de 15 lojas Telhanorte no último ano, turbinou a receita da

QUAL É A MELHOR?

Os três conceitos de lojas da Center Líder para atrair consumidores das classes B e C

Guarulhos	Campo Limpo e Sumaré	Aricanduva
Funcionará como loja complementar à Telhanorte, que está a 300 metros de distância, com variedade de produtos básicos, como cimento, areia e cal.	Unidades de formato pequeno para atender clientes que moram na região, como se fosse uma loja de conveniência.	Com uma grande gama de produtos, contará até com serviço de corte de madeira para atender tanto consumidores finais como profissionais de construção.

Fonte: Empresa