

Nestlé comemora cinco décadas de intimidades com os consumidores brasileiros

Gisele Centenaro

Foi com a Farinha Láctea, primeira fórmula de alimento infantil criada há 130 anos em Vevey, na Suíça, que a história da Nestlé começou. Uma maravilhosa história de amor que teve início com o pensamento voltado para as crianças. Riquíssimo em vitaminas, como toda boa mãe sabe, o produto é de preparo instantâneo misturado ao leite, podendo até salvar vidas naquelas circunstâncias adversas – guerras, agricultura sem produção por mau tempo ou pragas, epidemias combinadas a carnes, leite e seus derivados sob riscos sazonais.

Quem correu atrás de uma solução para problemas graves que podem surgir de uma hora para outra, sem prévio-aviso, bem como para dar um pouco mais de conforto às mães que cuidam pessoalmente do cardápio dos pequeninos, em casa, ou das nutricionistas nas escolas, foi o alemão Henri Nestlé. Um gênio, cujo sobrenome batizou a companhia que, com o passar dos anos, transformou-se numa empresa mundial de alimentos e nutrição. No nosso país, ela chegou há 89 anos, com o lançamento de outro supercampeão de vendas, o Leite Moça, não apenas gostoso nas receitas de delícias, mas também um condensado que, em minutos, se transforma em leite para suprir a ausência do líquido natural.

O sucesso da Nestlé está baseado na alta qualidade e performance de suas linhas de produtos, mas não só, pois, outra chave para suas conquistas é o Serviço Nestlé ao Consumidor (SNC), por intermédio do qual a companhia está sempre em contato direto com seus clientes e prospects, com o intuito de rapidamente adquirir conhecimento sobre suas necessidades e preferências, além de lhes oferecer oportunidades promocionais e, claro, deles receber elogios ou críticas. Um trabalho de primeira grandeza, que, apenas na unidade brasileira da empresa, compreende uma equipe de 60 profissionais, segundo revela Márcia Abreu, gerente-executiva da área de gestão de relacionamento da Nestlé. Não faltam motivos, portanto, para que o aniversário de 50 anos do SNC seja festejado com muito brilho – sua implementação, no mercado nacional, data de 1960.

Cartinhas, telegramas, fax, telefonemas de aparelhos fixos, emails e, agora, SMS. Ao completar cinco décadas, o SNC, sob projeto técnico delineado e executado pela Future Group, agora também está apto a receber demandas do público via SMS, desde que a mensagem não possua mais de 138 caracteres, ou seja, se o assunto for rápido ou estiver associado a um tema promocional, basta escrever pelo 25770. Mas as tradicionais cartinhas, emails e telefonemas continuarão, obviamente, sendo bem-vindos. Afinal, é por intermédio de toda essa base de dados gerada no relacionamento com os clientes que a Nestlé acompanha a evolução do comportamento de consumo em todos os mercados nos quais está presente, inclusive se mantendo bem informada sobre tendências de comportamento que possam exercer influências positivas ou negativas sobre as vendas de todos os itens de suas linhas de produtos.

Simultaneamente ao canal aberto pelo SMS, o Serviço Nestlé ao Consumidor inicia uma série de ações comemorativas, dentre as quais se inclui a apresentação do novo logotipo que batiza a divisão em todos os seus meios de comunicação, dentre eles a revista Nestlé com você e o site www.nestle-semprecomvoce.com.br. Toda a campanha comemorativa alusiva aos 50 anos do SNC foi criada pela agência Fábrica Comunicação Dirigida, que neste trabalho também atua como agência de propaganda para coordenar as estratégias de veiculação em mídias específicas.

Não seria preciso dizer, contudo, é sempre bom enfatizar, que o serviço é gratuito, inclusive com ligações pelo 0800, cabendo ao consumidor exclusivamente as despesas para entrar em contato por outros meios (selo no correio, ligações e fax regulares via fixos e celulares etc.). O canal via SMS foi desenvolvido com o propósito de facilitar ainda mais a vida de clientes e prospects, visto que 150 milhões de celulares já estão em uso no nosso país.

“As dúvidas surgem a qualquer hora, em qualquer lugar e as pessoas estão o tempo todo conectadas”, enfatiza Izael Sinem Junior, diretor de comunicação e serviços de marketing da Nestlé Brasil.

Por meio da revista Nestlé com você, publicação com tiragem de 300 mil exemplares, a companhia se dirige diretamente aos consumidores há 11 anos. “A Cozinha Experimental também tem extrema relevância neste histórico”, destaca a diretoria de comunicação da companhia, cujo site (www.nestle.com.br) tem recebido cerca 200 mil acessos mensalmente, um espaço virtual onde se encontram, dentre outras excelentes dicas, mais de 2,5 mil receitas cadastradas.

“Atualmente, o SNC contabiliza aproximadamente um milhão de atendimentos por ano, sendo 53% por e-mail, 45% via telefone e 2% cartas”, esclarece Márcia Abreu, que em entrevista exclusiva concedida ao Portal da Propaganda, com imagens gravadas por Márcio Yamamoto, aborda, entre outros temas, mais detalhes sobre a campanha de aniversário elaborada pela Fábrica.

Sobre a Nestlé

A Nestlé é a maior empresa mundial de nutrição, saúde e bem-estar e opera em 86 países com marcas consagradas. No Brasil, instalou a primeira fábrica em 1921, na cidade paulista de

Araras, para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça por milhões de consumidores.

A atuação da Nestlé Brasil abrange segmentos de mercado achocolatados, biscoitos, cafés, cereais, cereais matinais, águas, chás, chocolates, culinários, lácteos, refrigerados, sorvetes, nutrição infantil (fórmulas infantis, cereais infantis e papinhas prontas para o consumo), nutrição clínica, produtos à base de soja, alimentos para animais de estimação e serviços para empresas e profissionais da área de alimentação fora do lar.

A rede de distribuição dos produtos da Nestlé no Brasil alcança aproximadamente 2.000 municípios dos mais diversos tamanhos. A empresa tem 30 unidades industriais, localizadas nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo. Emprega 18 mil colaboradores diretos e gera outros 220 mil empregos indiretos, que participam da fabricação, comercialização e distribuição de mais de 1.000 itens.

Fonte: Portal da Propaganda. [Portal]. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com>>. Acesso em: 30 mar. 2010.