

Grupo Pão de Açúcar deve lançar em 2012 canal de vendas interativo na TV

Bruno Cirillo

O Grupo Pão de Açúcar (GPA) guarda um projeto de atuação comercial no meio televisivo, por meio da tecnologia digital. A companhia não abre detalhes, mas informa que os planos são para o ano que vem em diante, e se baseiam na criação de um canal de vendas interativo. No ano passado, o grupo já tinha inserido nos meandros da TV digital um espaço para a consulta de ofertas da rede Extra. Na verdade, possibilitou o acesso ao site da rede de hipermercados através do meio, com o pretexto de antecipar tendências do consumo. Uma pesquisa da Kantar Wordpanel feita à época indicava que 52% dos lares brasileiros optavam por três ou mais canais de venda.

Para o professor de Marketing Digital da Escola Superior de Propaganda & Marketing (ESPM), Alexandre Marquesi, a TV digital abarca os consumidores que não utilizam a Internet. "É a possibilidade de pessoas sem interface digital comprarem produtos por um meio interativo", caracterizou.

E mais: a interatividade e as facilidades do canal - que tende a pré-cadastrados que agilizam o pagamento - favorecem as compras por impulso, o que na visão do especialista criará um tíquete médio muito maior do que o do e-commerce. "A tecnologia que permite a Internet de conversas com a televisão gera compras por impulso digital", analisou.

Por enquanto, conforme explicou Marquesi, ainda é preciso que o consumidor use o telefone, ou seja, escolha uma oferta na televisão e depois ligue para a empresa para fazer a encomenda. "Num segundo momento, a compra vai ser inteiramente feita pelo canal", afirmou o professor.

Walmart on-line

A loja virtual do Walmart no Brasil (<http://walmart.com.br>) foi eleita a melhor de todas pela e-bit, empresa especializada em e-commerce. Pela segunda vez, o site ganhou o prêmio de excelência em qualidade de comércio eletrônico B2C (sigla que significa business to consumer e denota a relação entre empresa e consumidor), na categoria Diamante Azul (considerado pela e-bit o melhor da categoria).

A loja concorreu com cerca de quatro mil empresas. "Ser reconhecido pelos consumidores nos faz acreditar que a empresa está trabalhando no caminho certo para melhor atender e entender as necessidades de seus clientes", declarou à e-bit o diretor-geral de e-commerce do Walmart, Flávio Dias.

Fonte: DCI, São Paulo, 27, 28 e 29 ago. 2011, Primeiro Caderno, p. A12.