

21/11/2008 09:23:00 - Gigante britânica ingressa na área de marketing direto no País

Responsável por um faturamento global de US\$ 2 bilhões, a britânica Williams Lea ingressa no mercado brasileiro de marketing direto. A Williams Lea Creative Studio inicia operação ainda no primeiro trimestre de 2009 com foco em gerenciamento de banco de dados e criação, segundo o vice-presidente da companhia para a América Latina, Jorge Schurmann. "Vamos atuar desde o planejamento, a criação, desenvolvimento, impressão e manuseio do material pelo correio", afirma o executivo. A empresa pertence ao grupo alemão Deutsche Post World Net, cujo faturamento internacional alcança a marca de US\$ 95 bilhões.

O investimento inicial para a implementação da agência de marketing direto no País é de R\$ 3 milhões. O objetivo é ter de 20 a 30 pessoas no escritório até o final do ano. "Teremos pelo menos nove pessoas na criação", conta Schurmann, que cuida pessoalmente da contratação dos profissionais para a unidade brasileira.

Segundo Schurmann, algumas negociações com clientes importantes já estão adiantadas, embora ele não tenha permissão para divulgar as empresas. "Estamos conversando com diferentes empresas, inclusive aquelas que já utilizam nossos serviços em outros países e estão presente no Brasil", diz.

No que diz respeito ao momento turbulento pelo qual passa a economia mundial, Schurmann afirma que a Williams Lea possui um modelo de trabalho de redução de custos, "o que é uma oportunidade de expansão nesses momentos", completa.

Schurmann afirma que uma das apostas da empresa no setor de marketing direto é a ferramenta Prodigy 1 e Prodigy 2. "Com esse sistema, é possível reunir informações cadastrais com as de faturamento do cliente, o que permite estabelecer parâmetros e realizar ações rápidas e personalizadas", explica Schurmann.

Já o Prodigy 2 - uma evolução do Prodigy 1 -, além de toda a capacidade da versão anterior, busca dados históricos do cliente, o que permite ações ainda mais personalizadas. "Com essas ferramentas, é possível, no caso de uma empresa de telefonia, certificar se o cliente faz ligações internacionais, para quais países ele liga com que frequência. Assim, pode oferecer promoções e pacotes especiais para esse cliente na própria fatura", detalha o executivo.

O objetivo da nova agência é gerenciar um volume de negócios de US\$ 100 milhões por ano até 2010, somando-se os valores obtidos com a agência de marketing direto e a de gestão de compra de material gráfico.

O setor de marketing direto no Brasil registrou um crescimento médio de 12,8% ao ano entre 2000 e 2007, de acordo com dados da Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd) e a Simonsen Associados.

A Williams Lea atende a empresas na Europa, Ásia e América do Norte, entre as quais estão Morgan Stanley, British Petroleum, Minute Maid, AT&T, PriceWaterhouseCoopers, Shell, GlaxoSmithKline, Pfizer, Bank Of America e ABN-Amro.

Gestão gráfica

A companhia está no Brasil desde fevereiro deste ano com o serviço de gerenciamento econômico de impressão, que, segundo Schurmann, garante em contrato uma redução de 10% a 25% nos gastos com materiais impressos no primeiro ano de gestão.

O escritório foi aberto no País para atender à Reader's Digest, responsável pela publicação da revista Seleções, que utiliza o serviço da companhia em 19 países. "A Williams Lea gerencia US\$ 218 milhões por ano em compra de material gráfico da empresa", diz Schurmann. Segundo ele, a garantia de economia para a Reader's Digest é de US\$ 450 milhões.

Como garantia de que a redução de custos será alcançada, além de cláusula contratual, a empresa antecipa ao cliente, em dinheiro, o valor do percentual da economia que será realizada durante o trabalho. "No caso da Reader's Digest, já adiantamos um cheque de US\$ 33 milhões para a companhia", afirma o executivo.

Veículo: Gazeta Mercantil