

«Fazer da **Bial** uma empresa internacional» **Luís Portela**, presidente da farmacêutica

Euronavy: o caso de uma **tinta portuguesa** líder mundial

Gestão inovadora – uma conversa com **Gary Hamel**

Self-banking nacional reforça competitividade

Saúde com nova plataforma integrada de conteúdos



€3,30

marketeer
estratégias, marketing e negócios

MARÇO 08
140

**MARKETING
DO SEXO**

Calças espec...





A QuartoSala, com serviços de decoração ao domicílio, foi criada em 1995. Nos últimos cinco anos, tem registado um crescimento a dois dígitos

com o serviço da marca. «A estratégia passa por fazer “crescer” o momento em que a serenata acontece, nomeadamente através de ofertas adicionais. Ponderamos também uma serenata ao estilo Hollywood e mais não podemos revelar...» Estão também a ser desenvolvidas parcerias que visam oferecer serviços adicionais de forma a tornar a surpresa da serenata ainda mais completa, nomeadamente através da entrega de bombons, flores, vinhos, entre outras ofertas.

QuartoSala

Líder em serviços de decoração ao domicílio, a QuartoSala oferece um serviço executado por decoradores profissionais, que se deslocam à casa dos clientes de 2.ª a domingo, em horário alargado, possibilitando a elaboração de propostas de decoração a diferentes níveis e adaptadas às reais necessidades dos clientes com rapidez e profissionalismo no atendimento. Pedro d'Orey, sócio da empresa e team manager, diz que «a QuartoSala distancia-se do resto do mercado desenvolvendo um serviço de conveniência, executado em casa do cliente, promovendo comodidade e uma personalização, de outra forma impossíveis». A marca dispõe de uma central de atendimento treinada para responder às solicitações dos clientes que são encaminhados para um decorador, que dá seguimento ao serviço em casa do cliente. Este pode optar por serviços sim-

plificados ou premium, como projectos mais elaborados e abrangentes.

Com um investimento de 100 mil euros, a QuartoSala tem assistido ao crescimento do seu negócio, tendo no último ano ultrapassado uma facturação de um milhão de euros. «Crescemos nos últimos cinco anos a uma taxa confortável de dois dígitos e estamos perfeitamente satisfeitos com o nosso crescimento sustentado», sublinha.

O serviço da QuartoSala dirige-se a um público demograficamente transversal, que valoriza as últimas tendências em matéria de design de interiores. É tipicamente cidadão global e cosmopolita, com formação superior, tendencialmente interessado em tecnologia, normalmente informado em matéria de tendências de design e moderadamente workaholic. «O cliente-tipo precisa de um serviço que lhe apresenta de uma forma racional e compacta uma solução para a remodelação da sua casa, utilizando toda a tecnologia a que está acostumado a lidar no seu dia-a-dia, poupando tempo e o incómodo de deslocações infundáveis de loja em loja», acrescenta. Como pontos fortes da marca apontam a comodidade e conveniência que têm sido o propulsor do crescimento da empresa, assim como a experiência que a marca QuartoSala acumulou ao fim de mais de 12 anos de actuação em Portugal e a constante actualização que permite oferecer a quem os procura as soluções mais actuais.

Além do profissionalismo, a QuartoSala aposta na formação permanente dos seus colaboradores. Como vantagens para a marca desta estratégia, além do facto de operar num mercado que permanece informal, estabelecendo concorrência desleal em termos de preço, assim como a possibilidade de conceção no sector, o que pode criar problemas quanto a margens no futuro.

A QuartoSala atua em Grande Lisboa e Portu-

tando a hipótese de avançar para o exterior. Em relação à estratégia de marketing, passa pelo cruzamento das sinergias existentes entre o sector de publishing e a área comercial. Quanto à estratégia global, têm a pretensão de trabalhar no mercado business-to-business. Previsto está também o lançamento de novas marcas com o objectivo de entrar em nichos de mercado com a melhor estratégia possível e adequada a novos públicos e il-

Festas com Arte

“Levamos a festa até si” é o conceito das Festas Com Arte, com um serviço que organiza aniversários, passagens de ano, festas particulares, festas de empresa, entre outras ofertas. Dispõem de uma gama vasta de produtos para os mais diversos eventos desde insufláveis, animação, magia, música, som, luz, decoração e shows diversos. Festas Com Arte nasceu em 2006 do projecto continuado da PyromagicEffects, após investimento que ultrapassou os 50 mil euros. Hoje, são vinte as pessoas que colaboram com a empresa divididas entre o full e o part time. Segundo Miguel Ângelo, responsável pela marca, «os resultados têm sido positivos, há um empenho muito grande no projecto procurando sempre fazer o melhor, com todo o rigor, qualidade e profissionalismo da mente em activo». A balança está equilibrada quanto à percentagem de procura, quer para eventos particulares, quer de empresas, com solicitações constantes. O pico é atingido durante fim-de-semana, onde têm uma média de 10 eventos para organizar, estando os aniversários no topo da lista dos serviços mais solicitados. A comunicação da marca caracteriza-