

Case: Gerentes Digitais

Categoria: Varejo

Contexto (1000 caracteres)

A pandemia Covid-19 freou o planeta. Em março de 2020, iniciou o *lockdown* mundial, a paralisação de todas as atividades para conter o Coronavírus. Estabelecimentos foram fechados e apenas serviços essenciais, como farmácias e supermercados, estavam liberados para operar. Logo no início desta crise, todas as lojas físicas da Lebes estavam completamente de portas fechadas e, aos poucos, foram retomadas as reaberturas de acordo com os decretos e bandeiras municipais. Mas, mesmo assim, ainda havia um cliente receoso em frequentar novamente os pontos físicos. Com isso, surgiram novas necessidades para a empresa, como a de se adequar às mudanças de comportamento da sociedade.

Problema (1000 caracteres)

Com o fechamento de todas as lojas físicas da Lebes no início da pandemia, surgiu a necessidade de encontrar novas formas de fazer a venda acontecer. E, mesmo com a retomada da reabertura do comércio, ainda assim, era um desafio voltar ao fluxo normal, convidar e mostrar para os clientes que a loja física era um ambiente seguro. As novas regras de distanciamento social levaram as lojas físicas a operar com diversas restrições, como horário reduzido, capacidade de ocupação da loja limitada, número de funcionários reduzido e bloqueio dos provedores de roupas. Desse modo, foi necessário agir rapidamente para realizar um plano de ação diante do cenário de crise econômica que o mundo começava a enfrentar. Assim, surgiu a necessidade de abrir uma opção de compra mais próxima e digital, fazendo uso de um aplicativo que está presente na maioria dos smartphones: o WhatsApp.

Solução (1500 caracteres)

Quem conhece melhor o cliente do que o time de vendas? Pensando nisso, a Lebes digitalizou esta equipe. Um projeto que estava dando os primeiros passos no início de 2020 foi rapidamente ampliado e antecipado em vista da pandemia. O que seria um piloto com 15 gerentes se transformou em um grande projeto com 160 líderes. Em apenas um mês, foi realizado o *roll-out* do projeto Gerentes Digitais, um plano de aculturação digital com novas ferramentas de venda para atrair clientes. Um dos instrumentos deste programa foi o WhatsApp corporativo, onde cada loja passou a ter um número próprio para receber contatos de clientes. O Facebook foi outra ferramenta fundamental, onde as lojas puderam produzir conteúdos para se aproximar do seu público que estava distante. Desse modo, as páginas de cada filial necessitavam ganhar visibilidade. E, para isso, foi realizada a implantação da ferramenta Bornlogic - Gerentes Digitais. Com ela, foi possível realizar anúncios locais no Facebook. Além disso, também foi realizada a contratação de uma assessoria de marketing, a V4 Company, com consultores dedicados a atender os gerentes das lojas. A transformação aconteceu através de treinamentos semanais de como produzir conteúdos, como editar vídeos, como fazer anúncios e como atender pelo WhatsApp, com um suporte diário disponível para tirar dúvidas. E, para dar visibilidade a essa nova forma de vender, foi criada a campanha Vem de Zap, que circula em toda a rede para estimular a compra pelo WhatsApp.

Resultados (1000 caracteres)

O projeto Gerentes Digitais obteve sucesso nos seus primeiros meses de execução. O início aconteceu em maio de 2020 e de lá até o final de outubro já se somaram 40.982 conteúdos produzidos pelos gerentes para o Facebook das mais de 160 filiais da Lebes. Destes, 26% foram em vídeo e 74% em posts estáticos. Isso significa uma média de 222,7 conteúdos postados diariamente e uma média de 6.830 conteúdos postados mensalmente pelos gerentes. Destas publicações 22% foram anúncios de mídia feitos exclusivamente pelas lojas. E, para dar ainda mais a visibilidade para as páginas de Facebook locais, a assessoria de marketing contratada também potencializou o alcance através da ativação de anúncios segmentados para as regiões. Somando as duas frentes de mídia, foram geradas mais de 120 milhões de impressões pagas e mais 24 milhões de impressões orgânicas. Além de todo o alcance obtido, o projeto gerou mais de 27 mil mensagens atribuídas ao WhatsApp das lojas através das campanhas de mídia.

Resumo (500 caracteres)

Durante a pandemia, houve a necessidade de fechar as lojas, mas a venda precisava continuar. A solução foi digitalizar o time de vendas. Com treinamentos de como produzir conteúdos, editar vídeos, como fazer anúncios e atender pelo WhatsApp, a equipe de vendas ganhou mais autonomia para atrair os clientes novamente às lojas. A empresa embarcou junto também nessa transformação, criando a campanha Vem de Zap, que circula em toda a rede para estimular a venda pelo WhatsApp.

Imagens

VEM DE ZAP!

Chama no whats que a gente facilita suas compras!

Oi, eu sou a Maria
Como posso lhe ajudar?
Gostaria de um telefone
Um modelo moderno, com câmara, que eu possa pagar em pequenas parcelas.
Tenho a opção perfeita, parcelado em até 25x.
ótimo! 😊



LIVE: Gerentes Digitais

481 assistindo agora