

Negócios & Propaganda

por **Claudia Penteado** » claudia@claudiapenteado.com.br

» BATE BOLA **Camille Alambert**

DIRETORA DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR DA L'ORÉAL BRASIL

“L'Oréal: Entramos em uma nova era”

A L'Oréal Brasil lançou o portal Voz da Beleza, o primeiro canal online de atendimento aos consumidores no segmento de cosméticos no Brasil. A plataforma online reúne as dúvidas e perguntas mais frequentes dos consumidores sobre cada categoria de produtos da marca, identificadas em pesquisa realizada pelo serviço de SAC nos últimos dois anos. Segundo Camille Alambert, a novidade marca o início de uma nova era para a empresa ao viabilizar um canal online adequado às novas necessidades e comportamento dos consumidores, disponível 24hs e acessível também via tablet e smartphones.

Qual a importância, para a L'Oréal, de abrir esse canal de relacionamento?

O Voz da Beleza é de extrema importância para a L'Oréal Brasil, pois representa o início de uma nova era, buscando democratizar o Atendimento e proporcionar maior engajamento com o novo perfil de consumidores, mais conectados, exigentes e conscientes de seus direitos. Essa estratégia está diretamente atrelada à missão da L'Oréal em compartilhar beleza para todos. Inclusive, o principal diferencial deste canal é ser um portal de conteúdo digital com a acessibilidade para portadores de deficiências visuais e auditivas e a possibilidade de compartilhamento e avaliação de conteúdos.

Quantas pessoas acessam o SAC da L'Oréal semanalmente, mensalmente?

Temos um volume médio de

50.000 acessos mensais, pelos diferentes canais de atendimento que disponibilizamos aos consumidores, clientes e público em geral.

Quais as dúvidas mais comuns, em que segmentos mais específicos?

Em torno de 80% do atendimento está relacionado a demandas de informações e aconselhamento sobre produtos. Estruturamos o conteúdo do Voz da Beleza em categorias de cuidados com o cabelo, coloração, pele, solar, maquiagem, esmaltes e perfumes, priorizando conforme a frequência e relevância de busca destes conteúdos.

Qual a expectativa da L'Oréal em termos numéricos com esse novo canal?

Inicialmente projetamos um volume de 5 mil acessos mensais e, para nossa surpresa e satisfação, já no primeiro



mês de lançamento atingimos 8 mil acessos.

Como o site será abastecido, renovado?

Periodicamente os conteúdos acessados e avaliados serão revistos e aprimorados conforme necessidade, assim como, todas as novidades do segmento

de beleza e cosméticos, serão disponibilizados no conteúdo da plataforma.

Como esse projeto evoluirá ao longo do tempo?

Em uma segunda fase do projeto, pretendemos incluir a opção de atendimento via Chat Online para nosso público.

Newie é novo cliente da Agência3

Boa notícia para o mercado carioca: a Cultura Inglesa expande seus negócios ao criar uma nova escola de inglês, o Newie, nova opção para jovens e adultos que ainda não tiveram a oportunidade de aprender inglês, e que inicia suas atividades em Nilópolis, na zona norte do Rio. A conta publicitária será atendida pela Agência3, que assina toda a campanha de lançamento. As ações de divulgação para o pré-lançamento foram realizadas no calçadão de Nilópolis: dois “homens pirulito” circularam com telas de led na cabeça, informando que falar inglês pode aumentar seu salário em até 50% e as oportunidades de emprego em até 60%, acompanhados por consultores do Newie dando explicações e realizando um pré-cadastro para os interessados em estudar na nova escola. A Agência3 também será responsável pela produção de conteúdo nas redes sociais da nova marca e anunciará uma promoção no Facebook. A campanha de lançamento inclui busdoor, placas de rua e painel de metrô.



MX

Band – a Abap-Rio agora tem um boletim de rádio às segundas e quartas na Band News Fluminense FM, sempre às 20h52.

Educação – A Cidade do Rock se transformará em um laboratório vivo de práticas de gestão. Este é o primeiro passo de um projeto educacional desenvolvido pelo Rock in Rio e a HSM Educação Executiva, o curso de gestão de negócios Rock in Rio Academy by HSM.

ABMN – a entidade entrega seu prêmio de Marketing Contemporâneo no dia 25 de agosto, no Clube Caiçaras, zona sul do Rio. A Binder conquistou dois prêmios com trabalhos para Ancar e Chevrolet.