

“Wal-Mart não preocupa”, diz dono do Peixe Urbano

São propostas diferentes, segundo Julio Vasconcellos, no 2º FORUM DE MARKETING EMPRESARIAL

A entrada do gigante do varejo Wal-Mart no mercado de compras coletivas online não intimida o **Peixe Urbano**, maior site do tipo no Brasil. Segundo o fundador e CEO da empresa pioneira nessa área no país, **JULIO VASCONCELLOS**, a rede americana não é concorrente do Peixe Urbano.

“É uma outra proposta, mais focada em produtos, enquanto nosso foco é basicamente promoções de serviços e oportunidades locais”, destacou o empresário em um auditório com 200 líderes empreendedores brasileiros no **2º FORUM DE MARKETING EMPRESARIAL**, que acontece esse fim de semana no **Sofitel Jequitimar**, no Guarujá (SP).

“De qualquer forma, o Wal-Mart tem uma grande oportunidade nesse setor”, completou, lembrando que existe espaço para oferta de produtos em sites de compra coletiva - cerca de 85% das quase 3 mil ofertas mensais do Peixe Urbano são de serviços. E mesmo os 15% de produtos oferecidos no site, segundo Vasconcellos, têm outro foco: gerar experiência no ponto de venda. “A ideia é levar o consumidor até a loja para retirar o produto”, contou.

Transparência e confiança, cidade por cidade

O fundador do Peixe Urbano procurou explicar os motivos do sucesso do site - e do modelo de compra coletiva. “As pessoas acham que tudo o que é compra coletiva é Peixe Urbano”, divertiu-se Vasconcellos. Para ele, a regionalização é o maior diferencial do site frente aos inúmeros outros que seguiram o modelo que ele trouxe ao Brasil.

“Nosso proposta é ajudar as pessoas a descobrir opções interessantes de programas, serviços e experiências nas suas cidades. Por isso, não podemos anunciar ofertas de empresas que prejudiquem nossa credibilidade, que não entreguem ou com muitas limitações de uso dos vouchers comprados, como dias, horários e condições”, destacou. O foco na regionalização dos serviços deve fazer o Peixe Urbano passar a utilizar ferrametas de geolocalização. “O futuro é ter essa experiência no celular, oferecendo promoções próximas”.

Com a *fan page* mais seguida do Facebook, Vasconcellos credita parte desse sucesso à confiança depositada pelos usuários no próprio Peixe Urbano. “Credibilidade é um valor que demora para ser conquistado, e demora ainda mais na internet”, avaliou. Por isso, o site investe em transparência: desconto mínimo de 50%, atendimento ao cliente e, quando necessário, devolução do dinheiro. “Nós nos responsabilizamos junto ao consumidor se anunciamos alguma oferta que tenha sido lesiva”.

Executivos debatem evolução do marketing no mercado brasileiro

A 2ª edição do FÓRUM DE MARKETING EMPRESARIAL, promovido pelo GRUPO DORIA e pela EDITORA REFERÊNCIA, acontece de 12 a 14 de agosto, no Sofitel Guarujá Jequitimar (SP) e reúne cerca de 200 empresários e dirigentes do setor das mais importantes empresas do País. Organizado pelo LIDE - Grupo de Líderes Empresariais, o evento terá como tema central *O mercado brasileiro de consumo e a evolução do marketing na nova década*.

SOBRE O GRUPO DORIA - Grupo de comunicação e marketing no Brasil, que promove os mais importantes eventos empresariais do País, entre eles o Fórum Empresarial de Comandatuba, CEO´s Family Workshop, Meeting Internacional, Fórum de Empreendedores e Fórum de Marketing Empresarial. O grupo congrega ainda o LIDE- Grupo de Líderes Empresariais, associação de empresários destinada a fortalecer o pensamento, o relacionamento e os princípios éticos de governança corporativa no Brasil. E, em sociedade com a

Editora Abril, o Grupo Doria comanda o renomado evento de arquitetura e decoração Casa Cor. O Grupo possui ainda uma produtora de TV, responsável pelo programa Show Business, uma editora, que publica sete títulos, um centro de convenções e um shopping sazonal em Campos do Jordão (SP).

SOBRE A EDITORA REFERÊNCIA - Publica o jornal "Propaganda & Marketing" e as revistas "Marketing" e "Propaganda". Criada no fim de 1983, a Divisão Gráfica da Editora Referência nasceu para suprir às necessidades das publicações da Editora. A Divisão Gráfica conta com um moderno maquinário e atende aos diversos clientes do segmento editorial. Realiza trabalho de impressão, acabamento, pré-impressão e sistema. A Editora Referência Divisão Gráfica acaba de ampliar a sua atuação para o mercado publicitário.

Mais informações para a imprensa:

Vanessa Meriqui

vanessa@cdicom.com.br

Taluana Borba

taluana@cdicom.com.br

(11) 3034-1940