

# eFácil apresenta posicionamento da marca

## Satisfação, segurança e agilidade são valores destacados

**30/08/2016 11:17:29**

Há mais de uma década no mercado, o eFácil, empresa do Grupo Martins, é uma das maiores lojas online do país. Para reforçar seu potencial como uma empresa moderna, acessível e que valoriza seu compromisso em oferecer o melhor aos clientes, o eFácil lança nova assinatura e uma primeira grande campanha institucional da marca.

O posicionamento e identidade foram desenvolvidos pelo consórcio das agências ProBrasil Propaganda, de Belo Horizonte, e P Comunicação, de Uberlândia. O lançamento da campanha apresenta um direcionamento para ações e comunicações da empresa, e visa tornar a marca eFácil ainda mais conhecida pelos consumidores e reconhecida como gerador de satisfação.

O posicionamento destaca os diferenciais da marca no mercado de e-commerce: “facilidade”, “segurança”, “agilidade” e “satisfação” são os valores trabalhados na nova campanha desenvolvida. Cecília Santos Aquino, responsável pelo marketing do eFácil, explica a construção do novo conceito: “Satisfação tem seu lado prático, claro. Está na condição de pagamento, na segurança dos dados, no prazo de entrega e na entrega, mas queremos falar de algo maior que isso: a satisfação como sentimento. Queremos expressar o que é o nosso site: alegre, permite uma interação simples entre a loja virtual e o consumidor, facilita a comunicação com pessoas e permite ao usuário comprar o que deseja e ficar satisfeito. ‘Tá’ no tangível, mas, principalmente no intangível. ‘Tá’ na sensação de ser bem atendido sem nem perceber isso. ‘Tá’ na cara!”.

Para atender o objetivo de seu cliente, a agência investiu em uma linguagem que dialogasse com os consumidores, que os aproximasse e apresentasse os benefícios dessa interação.

Grasiela Scalioni, diretora de atendimento da ProBrasil explica a inspiração para a campanha: “Sabemos que é preciso continuar atendendo a demanda e expectativa dos atuais consumidores de e-commerce, mas é fundamental projetar o comportamento dos novos consumidores, que ainda vão entrar no mercado de trabalho, que ainda vão montar sua casa. E o comportamento deles é muito diferente. Mas é aí que estão as oportunidades. Eles não querem problemas, dificuldades. Querem o tempo todo serem satisfeitos. Por isso, toda ação está pautada em provocar o sentimento de satisfação do consumidor”.

E a nova identidade representa esse sentimento de satisfação, de felicidade e de alegria, retrata o desejo da marca de não oferecer apenas um produto mas a experiência de consumo completa, o sentimento pleno de satisfação. Assim, o conceito da campanha “Tá na cara”, expressa a busca pelo sentimento, pelo intangível, e as facilidades de comprar no eFácil (“Tá na cara que é seguro”, “Tá na cara que é rápido”, “Tá na cara que é simples”, “Tá na cara que é eFácil”).

“Com essa campanha reafirmamos nossa identidade que é ser um provedor de satisfação. Já estávamos nesta direção, hoje isso se tornou claro, registrado e disseminado para as equipes como uma diretriz para o desenvolvimento e execução do trabalho”, enfatiza Cecília.

Além de acreditar que com o novo posicionamento a empresa possa ter melhores resultados em vendas, a agência que assina a campanha espera que o conceito vire um ‘bordão’ ao longo do período de seis meses de investimento na construção da marca.

O lançamento da campanha foi em agosto. Começa no Triângulo Mineiro para posteriormente expandir para outras regiões do país. Para o lançamento a agência responsável pelo projeto investiu em um crossmedia forte durante o mês e seguirá com sustentação mensal até dezembro.

A campanha será veiculada em TV aberta, Youtube, mídia exterior, Google e redes sociais. “A busca foi pela diferenciação. Então, teremos uma linguagem e identidade gráfica muito distintas, uma identidade eletrônica com trilha e assinatura em destaque. Os materiais para o Youtube também trazem uma linguagem bem adequada ao meio”, conclui Grasiela.

## Sobre o eFácil

O eFácil é uma das maiores lojas online do Brasil e está no mercado desde 2001. Premiada com o Selo Diamante do Ebit e eleita pelos consumidores como uma das melhores lojas virtuais, possui mais de 15 mil produtos dentre várias categorias desde eletroeletrônicos a material de construção.

Criado pelo Grupo Martins, referência na distribuição e no varejo do país, o eFácil conta com enorme estrutura de armazenagem, estoque, logística, sistemas e áreas de apoio. Aliás, a estrutura logística do eFácil faz dele uma das poucas lojas online que consegue atender com eficácia todo o território nacional com excelência de serviço.

Com os principais certificados de segurança do mercado online, inova constantemente para garantir a melhor experiência de compra para os seus clientes.

