

# FAST SHOP



## MERCADO

Destaque no disputado mercado do varejo de eletrodomésticos a rede Fast Shop se sobressai pelo uso da tecnologia para facilitar, entreter e tornar mais produtiva a vida dos clientes. Especializada nas linhas áudio/vídeo, informática, celulares e telefonia fixa, portáteis eletrônicos e utilidades domésticas, câmeras digitais, acessórios e serviços, tem no segmento social classes A e B seu principal foco de atendimento. Para isso utiliza diferenciais estratégicos desenvolvidos para lançamento de produtos, divulgação das melhores marcas e mix de vendas.

## CONQUISTAS

O empenho e sensibilidade para detectar nichos no mercado de varejo, aliado à rapidez e qualidade no atendimento, proporcionou reconhecimento público. Há três anos consecutivos a FastShop conquista o prêmio AISHop / Visa - Lojistas: Hors Concours, realizado pela Associação Brasileira de Lojistas de Shopping.

Com uma equipe profissional treinada para atender bem, em 2002, o Instituto de Pesquisa e Estudos de Distribuição e Varejo (IPEDV), da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas, concedeu à rede o prêmio Summit de Varejo.

## HISTÓRIA

A escalada histórica da rede teve início em 1987, com o início das atividades como concessionária autorizada Yamaha para motocicletas, motores de popa, jet ski, peças e assistência técnica autorizada

e consórcio nacional Yamaha. A partir daí, a diretoria passou a encarar um dos mais importantes desafios para a economia brasileira, ou seja, a expansão do mercado de consumo. Passou então a estudar a ampliação do acesso das pessoas a produtos e serviços tendo como objetivo a relevância econômica e social. Nesse sentido, a preocupação com o atendimento e distribuição dos produtos passou a uma prioridade relevante o que contribuiu para o crescimento da rede.

Quatro anos mais tarde, em 1991, teve início a operação de logística e entrega de eletrodomésticos os contemplados das grandes administradoras entre as quais, consórcio nacional Brastemp, consórcio nacional Sharp, em todo o território nacional. Rapidez e bom atendimento foram o foco principal nessa etapa. O varejo de bens e serviços oferece amplas perspectivas de melhoria na produtividade. Este foi um dos mais importantes requisitos para que a Fastshop passasse a atuar num verdadeiro

mercado de consumo de massa.

Um pouco mais tarde, já em 1996, aconteceu a inauguração da primeira loja no Shopping Ibirapuera, na capital de São Paulo, com foco de atendimento para as classes A e B. Na virada do milênio, em dezembro de 2000, a rede amplia a área de penetração e abre a loja virtual [www.fastshop.com.br](http://www.fastshop.com.br). Em 2005 a Fastshop contabiliza 22 lojas físicas, distribuídas em vários pontos das regiões Sudeste e Sul. Estão elas: 16 em São Paulo (Grande São Paulo), 1 em Campinas, 1 em Ribeirão Preto, 2 no Rio de Janeiro (Capital) e 2 em Curitiba.

A rede possui atualmente uma equipe treinada para atendimento e venda corporativa e tele vendas.

## O PRODUTO

Qualidade e bom gosto são itens fundamentais entre os produtos oferecidos pela rede. Por isso, é



prioridade da Fast Shop lançar produtos dos fornecedores tendo como meta a valorização da tecnologia, design e estilo. Entre as marcas oferecidas nas lojas, a rede destaca a Sony, Philips, HP, LG, Samsung, Brastemp, Electrolux, Apple, Itautec, Microsoft, Palm, Motorola, Nokia, Siemens, Panasonic, Walita, Arno, Bosch.

A construção do melhor mix de produtos é uma preocupação constante. Procura contemplar alta tecnologia, performance, design,



produtividade, custo/benefício para um público reconhecidamente exigente, "tecnomaniaco" e formador de opinião. Em parceria com a Cetelem – empresa pertencente ao grupo BNP Paribas – líder europeia em crédito ao consumo, a rede criou o cartão Fast Shop Aura. O objetivo do cartão é oferecer mais opções de pagamento, parcelamento e relacionamento com os consumidores.

Para atender a exigência da vida moderna a rede inova ao criar um sistema de entrega com hora marcada. O comprador escolhe o melhor horário para receber o produto em casa. E, para comodidade no período após a garantia do fabricante a Fast Shop oferece a opção para o cliente adquirir mais um período de garantia.

A equipe de profissionais Fast Shop é capacitada pelos fabricantes para instalar e orientar de forma adequada para se atingir a melhor



performance do produto. Para contribuir na formação de novos lares e laços familiares, a rede oferece também uma maneira de planejar o início da vida a dois colocando para os noivos produtos essenciais para montar a casa nova. A lista pode ser feita em qualquer uma das lojas. Os noivos têm a opção de, antes de receber os produtos, trocar por outros de sua preferência. E mais: Para viabilizar a compra e a instalação de aparelhos de ar condicionado, geladeiras, home theater, TV de Plasma, entre outros, a loja coloca à disposição do cliente a realização de uma visita técnica na

residência.

Música Online é um serviço implantado para facilitar e orientar a compra e uso dos produtos relacionados à música digital (MP3 Player, Car Áudio, Áudio). Mais que produtos, a Fast Shop oferece conteúdo para tudo o que é ligado em música digital. Os clientes têm, também, a possibilidade de revelação fotográfica online, um serviço complementar à venda de câmeras e filmadoras digitais.

## EVOLUÇÕES RECENTES

O foco de todo planejamento da rede é o cliente. A Fast Shop reconhece a importância do conhecimento de qual experiência proporciona aos clientes em cada instante. A experiência real e não aquela que aparece no material utilizado na propaganda. Para o consumidor, a publicidade nada mais é do que uma percepção, por isso é responsabilidade da rede definir o que o cliente deve assimilar diante das marcas expostas. Profissionais qualificados estão sempre atentos para a forma como o cliente vê, ouve, sente, cheira e toca os produtos.

Diante desse leque de detalhes, as lojas são constituídas a partir de itens como design, ambiente, lay out; exposição, experimentação, entretenimento, pós-venda e serviços.

## COMUNICAÇÃO

A rede mantém em circulação a Fast Life, revista criada como forma de relacionamento com o cliente visando informar sobre os lançamentos e tendências dos produtos colocados à venda. Esta divulgação é feita sempre em parceria com os fornecedores.

As ações de marketing formam um cenário complexo e desafiador para construir e manter a lealdade dos clientes nesta era da experiência do consumidor. Para aproximar os laços com o consumidor são mantidas atividades de mídia direcionada a lançamento de produtos, marketing direto, integração da comunicação (lojas e internet) e a prática de uma frase simples e bastante significativa: Prometer menos e entregar mais.

## VALORES DA MARCA

Quando o cliente compra o produto ou serviço de



uma empresa baseado em seus valores e princípios, está na verdade afirmando seu sucesso a partir deles. Desta forma a rede mantém respeito aos clientes através de relacionamento ético e transparente. Disponibiliza a melhor e mais capacitada equipe de profissionais com atendimento simpático, cordial, ágil no momento da venda, na prestação de serviços e soluções, pós-venda para desenvolvimento de um relacionamento duradouro. Os funcionários também vivem uma experiência a cada instante que estão a serviço. A rede tem como valor, oferecer a melhor solução (produto + serviços) para o estilo de vida dos clientes.

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE FAST SHOP

- O nome Fast Shop foi originalmente escolhido, há 30 anos, para loja de motocicletas, por ser sinônimo de velocidade. Atualmente é perfeito para traduzir os produtos, a tecnologia e soluções oferecidas aos clientes.

