

TOK&STOK

O MERCADO

Presente em dez estados brasileiros, a TOK&STOK é a única empresa que vende móveis e acessórios para casa, escritório e jardim com o serviço de pronta-retirada. Dos 1,8 milhão de clientes cadastrados, 600 mil são ativos, isto é, compraram nos últimos 3 anos. Considerando a aquisição de móveis, mais de 40% dos clientes retorna à loja em menos de um ano. São consumidores de todas as idades, conhecedores de *design*, arquitetura, decoração e valorizam o produto TOK&STOK. As mulheres representam aproximadamente 60% do total.

Levantamentos mostram que parcela significativa dos clientes é formada por profissionais liberais que vão à TOK&STOK para montar consultórios e escritórios por encontrar a opção em termos de preço, pronta-entrega e principalmente *design*. O Estado de São Paulo abriga 32% das lojas e responde por 45% do total de clientes.

CONQUISTAS

O site TOK&STOK é reconhecido como o maior de venda de móveis no Brasil. O avanço logístico para atender a rápida entrega e/ou pronta retirada dos produtos e o aumento da garantia de produtos para dois anos resultaram em diversos prêmios do setor e o reconhecimento do mercado.

Em 2005 a empresa investiu R\$ 30 milhões na abertura de novas lojas e ampliações das existentes. Inaugurou a loja de Salvador, em março, responsável por 45% as vendas na região Nordeste. Ampliou a loja do Rio de Janeiro, a maior de toda a rede, com 15 mil metros quadrados de terreno e 9 mil metros quadrados de área comercial. Nesta há diferenciais como o Cyber Café Design, com uma livraria que contempla títulos relacionados ao design, arquitetura e revistas do setor.

Os mesmos atributos estarão na nova loja de São Paulo, na marginal Tietê. A abertura das megalojas e as ampliações – que somam 25 mil



metros quadrados de área comercial aos 100 mil já existentes – fazem de 2005 o marco do avanço da Tok&Stok.

Em 2004 conquistou da International Houseware Association (IHA) o prêmio Global Innovator Award (GIA). A empresa concorreu com representantes de 23 países. No mesmo ano recebeu os prêmios das revistas Projeto e Casa & Mercado, além de dois troféus da Associação Brasileira de Lojistas de Shopping, na 6ª edição do prêmio Alshop, considerado o Oscar do Varejo. Segundo as revistas Exame e Great Place to Work, é uma das 50 melhores empresas para a mulher trabalhar.

HISTÓRIA

A TOK&STOK foi fundada em 1978 pelo casal Régis e Ghislaine Dubrule. Eles vieram da França e



mer-cado. Assim, formou-se a proposta da TOK&STOK que, como o nome indica, oferece design (TOK) e disponibilidade dos produtos para a retirada imediata (STOK).

Atualmente a empresa conta com uma estrutura de 107 mil metros quadrados de área de ocupação, sendo 85 mil de lojas, 22 mil de depósito e escritório central, 1,5 mil funcionários e 600 fornecedores. São comercializadas 500 mil unidades/mês.

Em 2001 foram inauguradas a loja virtual e-boutique e as filiais em Goiânia (GO), Fortaleza (CE), Ribeirão Preto e Santa Cruz (SP). A primeira loja que marcou a nova tendência da marca foi a do Shopping D&D, em São Paulo, aberta em 1998. Logo após, em 1999, foi inaugurada a de Brasília, no Casa Park Shopping, e em seguida no Shopping Anália Franco, na capital paulista.

O PRODUTO

Em 2005 a TOK&STOK passou a contar com uma coleção de 8 mil itens, sendo 80% exclusivos. Por dia são lançados 6 produtos novos e retirados de linha a mesma média. Todos são desenvolvidos com base em pesquisas de tendências realizadas em feiras nacionais e internacionais, revistas especializadas, sites, consumidores e vendedores, entre outras fontes.

Os produtos seguem a filosofia da TOK&STOK. Ou seja: estética (design), desmontabilidade (pronta-retirada) e preço. Cerca de 80% dos móveis são desmontáveis. Vêm acondicionados em caixas de papelão parem serem levados na hora pelo comprador no porta-malas

do automóvel. O fato de trabalhar com produtos desmontáveis faz parte de um sistema criado para baratear o produto. A economia de espaço é repassada para todas as fases, desde a fabricação até chegar à casa do consumidor.

Várias de suas lojas possuem um BabyStok – espaço onde os pais deixam os filhos brincando enquanto fazem compras. Existe ainda o vale-móvel, uma maneira de presentear alguém e deixá-lo livre para escolher o estilo de que mais gosta.

A TOK&STOK possui os direitos de comercialização no Brasil da linha sueca Innovator, do designer Johan Hultdt, da marca dinamarquesa Pelikan, de Lars Mathiesen e Niels Gammelgaard, e da Disform, da Espanha, que tem entre seus licenciados Philippe Starck. A empresa vende também clássicos como a chaise-longue de Le Corbusier, a poltrona Wassily e a cadeira Cesca, de Marcel Breuer, e a mesa Gray de Eileen Gray. A parceria com designers brasileiros oferece a linha produtos de Fernando Jaeger, Michel Arnoult, Guilherme Bender, Duílio Ferronato, Cláudio Mattos Fonseca e Marcelo Rosenbaum.

EVOLUÇÕES RECENTES



Tok&Stok preocupa-se em exercer o papel de empresa socialmente responsável. Exemplo disso é o desenvolvimento e viabilização comercial de produtos produzidos por comunidades carentes. A Tok&Stok possui exclusividade em 80% dos móveis e 12% do restante são semi-exclusivos. Esse número é um forte diferencial da empresa.

Por meio da Internet a evolução é marcante. Em 1998 o site apresentava a empresa de forma institucional. De junho de 2001 até dezembro de 2003 foi implantada a “e-boutique”, que vendia apenas uma parte da coleção de acessórios. Atualmente é possível comprar todos os itens pelo site.

Por trás de toda essa dinâmica de vendas e pronta retirada, existe um planejamento estratégico de logística altamente sofisticado. Com ele é possível coordenar, em tempo real, a troca de informação entre os fornecedores, estoque e lojas, estabelecendo o fluxo de produto de forma adequada e sincronizada com os dados de venda.

COMUNICAÇÃO

O catálogo de produtos é um dos mais importantes instrumentos de



comunicação que a TOK&STOK mantém para estar próxima do seu público. Por meio do catálogo apresenta o que está disponível nas lojas com informações de materiais, medidas e cores.

Permanentemente há artigos em promoção. São identificados pelo selo Ponto Vermelho que fica por tempo limitado em alguns produtos. Em 2002, uma campanha de e-mail marketing resultou uma taxa média de leitura de 40%. No ano passado foi implantada a newsletter com envio mensal à base de clientes. Em 2005 foi feita a primeira ação de Internet com divulgação no Portal MSN e no Terra. Preocupada em incentivar o design brasileiro, a Tok&Stok patrocinou a produção do livro de 25 anos de carreira do designer Carlos Motta, em 2004. Recentemente, o departamento de design da Tok&Stok criou uma coleção com 14 produtos para o Museu da Casa Brasileira.

A empresa participa da Casa Cor que acontece de Norte a Sul e apóia eventos similares realizados regionalmente, como SorocabaDecor, CampinasDecor, MDI Londrina, Casa&Cia Porto Alegre, Master Casa Rio de Janeiro, Casa Plural em Recife, entre outros.

VALORES DA MARCA

Além da transparência no cumprimento integral das obrigações legais e fiscais, a Tok&Stok tem como um de seus principais valores éticos, o compromisso de desenvolver políticas e práticas socialmente responsáveis em seu relacionamento com a comunidade, com seus fornecedores e público interno. Este objetivo se traduz em ações como comercialização de produtos confeccionados por instituições socialmente excluídas ou projetos de profissionalização de mão-de-obra. O desenvolvimento de campanhas de arrecadação e doação de produtos e valores – Tok o Seu Coração



– beneficia mais de 40 instituições que acolhem e trabalham com crianças e adolescentes em situação de risco.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE TOK&STOK

- O tipo de letra da marca TOK&STOK chama-se “Stencil”. Usado na década de 70, identificava caixas para exportação. Foi aplicado na marca com a intenção de reforçar o conceito inédito no Brasil de pronta-retirada.
- O Depósito Central da TOK&STOK realiza expedição de 450 mil peças mês, desde porta-clipes até sofás. São 15 mil peças dia.
- Por oferecer serviço de entrega e montagem, recolhe as embalagens de papelão. Esta operação gera um volume de 600 toneladas/ano. Compactado, o material é vendido e o dinheiro arrecadado destinado a instituições cadastradas.
- A TOK&STOK foi pioneira no comércio de madeira certificada pelo FSC (Forest Stewardship Council). O FSC promove o manejo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável de todas as florestas do mundo. É uma organização internacional sem fins lucrativos que desenvolveu um sistema para identificar e rotular produtos provenientes de florestas bem manejadas.

