

A Crenel actua no mercado da cosmética e estética. É jovem, dinâmica e empreendedora, adoptando uma filosofia *one to one marketing*. Para o sócio gerente, Nelson Almeida, as expectativas para a feira são elevadas, afirmando que «a EXPOCOSMÉTICA é o maior e o melhor evento do sector no nosso país». Nesta edição vão apresentar três novas marcas ao mercado: *Mariposa Nail*, *Rubica* e *Clarena*.

Cabelo, Cosmética e Estética. Em qual dos segmentos de sector actua a sua empresa? O que a torna diferenciadora no mercado?

Nelson Almeida: A nossa empresa actua nos sectores da Cosmética e Estética. É constituída por colaboradores dentro de uma faixa etária relativamente baixa, o que por si só, a torna jovem, dinâmica e empreendedora. Outra característica é a dimensão da nossa estrutura. Somos uma empresa com uma estrutura pequena, o que privilegia as relações interpessoais a nível interno e externo. Consideramos que estes factores, associados a metodologias de trabalho modernas e com novas tecnologias, constituem um factor diferenciador. A nossa forma de estar no mercado caracteriza-se muito pela aproximação ao cliente, criando o conceito de um cliente, um amigo e desenvolvendo laços muito fortes com os nossos clientes. Por outras palavras, as relações comerciais enquadram-se num conceito de formalidades. Atendendo ao quotidiano que existe, caracterizado pela globalidade, stress, falta de tempo, o factor humano é decisivo. Neste aspecto, conseguimos juntar uma equipa muito cativante e diversificada, que consegue transmitir uma forma de estar bastante distinta e prestável.



Para a nossa empresa, o mais importante de tudo é ter o nosso cliente como centro do negócio, investir fortemente no trabalho e dedicação. Naturalmente, esta mesma forma de estar reflecte-se junto às nossas marcas representadas, o que proporciona uma relação marca/representante única e valiosa para ambas as partes. As nossas representadas são criteriosamente seleccionadas. Apostamos em produtos inovadores e credíveis que se enquadrem no mercado nacional, de forma a contemplar os diversos níveis que o constituem.

A Crenel acredita que as pessoas fazem toda a diferença, não só pelo seu profissionalismo, como pela sua atitude e forma de estar. O nosso projecto baseia-se nas pessoas e excelentes produtos.

Como define o mercado português no âmbito de actuação da sua empresa? Qual a aposta comercial da sua empresa para o próximo ano?

A nossa empresa tem uma identidade muito própria e isso reflecte-se muito na tipologia da nossa carteira de clientes e este é o melhor input que o mercado nos pode facultar. À semelhança dos anos anteriores, sobre este ponto, continuo a afirmar que não existem dados suficientes nos diversos estudos de mercado que tipifiquem o nosso sector de actividade. Todas as análises disponíveis são muito generalistas e quando se tenta segmentar o mercado com base nos dados de um qualquer estudo sobre PCHC, os resultados podem ser muito díspares da nossa realidade. Por tal, olhamos para a nossa carteira de clientes como a melhor amostra de dados, mas a nossa é muito particular.

Assim, com base nestes pressupostos, considero que o mercado nacional mantém uma curva de crescimento, tanto na oferta como na procura. Observo também que o consumidor está muito atento ao mercado e que já se encontra muito bem informado face à oferta disponível, sobretudo nas novidades. Em termos da oferta, atravessamos um período em que o auto-emprego origina um exponencial de novos espaços de beleza, o que é bom, pois as profissionais desenvolvem novas ideias e novos conceitos na procura incessante da diferenciação face à concorrência.

Apesar todo este esforço, tanto as marcas como os centros, os players do mercado por assim dizer, ainda não conseguiram um resultado, que na minha opinião é o ex-libris da conquista de

mercado: O fixar do nome da marca junto do consumidor final.

O lançamento de novos produtos/serviços é, sem dúvida, um bom método para o conseguir. Mas, claro que no nosso caso, que somos uma empresa que representa várias marca no nosso país, estamos limitados ao esforço que essas mesmas marcas fazem nesse sentido. Contudo, a Crenel desempenha um papel principal nas suas representadas, já que participamos activamente no centro de decisão das marcas. O que não acontece ao acaso, pois é o resultado da nossa escolha selectiva dos nossos parceiros de negócio.

A nossa aposta comercial para este ano, além das novidades, passa por seguir criteriosamente a estratégia que temos vindo a seguir ao longo destes anos. Vamos continuar a laborar mediante os nossos valores e a desenvolver a nossa força de vendas.

Para além do mercado português, a sua empresa tem planos de expansão ou já está a actuar em outros mercados? Quais? E qual a sua importância?

No nosso caso específico, esta questão não faz parte dos nossos planos, pelo menos no curto prazo. O nosso principal objectivo é a actuação no mercado nacional.

Qual o interesse da EXPOCOSMÉTICA para os profissionais da área? O que procuram quando visitam o seu stand?

Respondo a esta pergunta com uma afirmação: «Não basta pesquisar na internet. Venham ver com os vossos próprios olhos. Venham conhecer pessoalmente as pessoas e as empresas e o que temos para oferecer».

As relações inter-pessoais continuam a ser um factor chave no sector. Ao visitar a Expocosmética, não só é possível observar ao vivo o que temos para oferecer, como também tem a oportunidade de interagir com as pessoas que compõem o sector. Estamos cá para ajudar a decidir, expor os nossos produtos e pontos de vista, esclarecer, demonstrar, explicar, provar, etc. Visitar a EXPOCOSMÉTICA é fundamental para estar na frente.

Como caracteriza a EXPOCOSMÉTICA? Quais as expectativas para a edição 2010?

A minha resposta a esta pergunta passa por dar os parabéns à organização. A EXPOCOSMÉTICA é o maior e melhor evento do sector no nosso País. Com isto, quero dizer aos visitantes que as melhores marcas, produtos, serviços e novidades vão cá estar. Por isso, não percam esta oportunidade. Venham à EXPOCOSMÉTICA. Digam aos vossos clientes o que viram, que já tem o produto/serviço que foi apresentado neste prestigiado certame. Estejam na vanguarda do sector, sabendo todas as novidades e tendências.

Para este ano, à semelhança dos anteriores, as expectativas são elevadas. Não só pelo que a nossa empresa vai apresentar, como na qualidade dos visitantes, aliás imagem de marca do evento. Contamos que a Expocosmética 2010 supere, mais uma vez, o número de visitantes, bem como a qualidade dos mesmos.

Que novidade pretende apresentar na EXPOCOSMÉTICA 2010? Se possível, faça um breve descritivo dos produtos ou serviços.

Este ano é um ano cheio de novidades! Além de novos produtos Maystar Cosmética, a Crenel dá um passo de gigante lançando três novas marcas no mercado: *Mariposa Nail*, *Rubica* e *Clarena*.



Exponor

