



Eletrônica Santana usa o Google Adwords para expandir negócios

Veja como uma pequena loja do bairro de Santana, em São Paulo, transformou-se em um dos maiores varejistas brasileiros de produtos de alta tecnologia

QUEM É O ANUNCIANTE

Eletrônica Santana

Segmento: Telefonia e Segurança Eletrônica

Número de produtos oferecidos: mais de 6 mil

Número de funcionários: 45

Sede: São Paulo (SP)



“Com o Google, começamos a ter clientes diferenciados e uma abrangência muito maior. Hoje, fornecemos para as maiores empresas brasileiras”

Rubens Martins
Sócio-fundador

SOBRE O GOOGLE ADWORDS

Atualmente, milhares de empresas em todo o mundo utilizam o Google AdWords para captar novos clientes sem realizar grandes investimentos. O AdWords utiliza palavras-chave para que os anunciantes possam direcionar com precisão a publicação de anúncios aos usuários da web que precisam de informações sobre um determinado produto ou serviço. Esse programa se baseia no sistema de Custo por Clique (CPC), de modo que os anunciantes só paguem quando alguém clicar em seu anúncio. Eles podem aproveitar nossa ampla rede de distribuição e definir o nível de suporte e de gastos adequado para seu negócio.

Em 1964, o vendedor de componentes eletrônicos Rubens Martins se juntou a um sócio e abriu a Eletrônica Santana, uma pequena loja na Zona Norte de São Paulo. No começo, a empresa vendia peças de manutenção de aparelhos para lojas de assistência técnica da região. Hoje, comercializa mais de seis mil produtos de alta tecnologia para consumidores e corporações de todo o Brasil. Entre os fatores que transformaram o negócio, a internet é um dos mais importantes. “Além da loja física, temos várias filiais, porque estamos dentro de cada empresa, de cada residência”, explica o empreendedor Rubens Martins.

A Eletrônica Santana começou a mudar ainda nos anos 90, afetada pela abertura das importações. O baixo preço dos equipamentos novos diminuiu a procura por consertos e, conseqüentemente, as vendas da loja. Foi preciso, então, diversificar o negócio. Adequando-se à demanda do mercado, a empresa passou a trabalhar com eletrônicos e com produtos de telecomunicações e segurança. A solução para o problema, no entanto, trouxe outro desafio: como ampliar a abrangência do negócio e chegar aos novos consumidores de outros Estados do País?

O lançamento da loja virtual, em 2003, derrubou as barreiras geográficas. Mas, mesmo assim, os resultados ficaram aquém do esperado. Os clientes continuavam regionalizados, apesar dos crescentes investimentos em mídia tradicional. O sucesso on-line veio dois anos depois, quando a Eletrônica Santana começou a anunciar no Google AdWords. “Foi surpreendente quando a gente começou a receber chamadas, cliques e entradas de todas as partes do Brasil”, afirma Rubens Branchini, Diretor Comercial e de Marketing da empresa. “Hoje, o Google é a nossa principal mídia.”

The screenshot shows the website interface for Eletrônica Santana. At the top, there's a navigation bar with categories: AUDIO & VIDEO, AUTOMOTIVO, INFORMÁTICA, MAQ. ELETRICOS, SEGURANÇA, and TELECOM. A search bar is present with the text 'Tela e Monitoramento Sobressai (11) 2823-7066'. Below the navigation, a large banner features a winter scene with the text 'Junto com o inverno a Eletrônica Santana veio com Ofertas Imbatíveis. Confira.' and a large '0% OFF' graphic. The main content area displays several product listings with images and prices: 'Receptor Digital HDTV' (3x de R\$ 266,33), 'Ramal sí/fio com ID' (R\$ 63,00), 'Teclado Flexível do [marca]', 'Deck para iPod ination IN660' (R\$563,00), 'Home Theater System 3000 Gotec' (R\$236,90), and 'Central PABX Multicx 230 2 linhas e 8 ramais' (R\$275,00). A sidebar on the left lists various categories like Segurança, Telecom, and Informática. On the right, there's a 'CATALOGO' section and a 'LOJAS ESPECIAIS' section listing brands like Alcatel-Lucent, Altec Lansing, Intelbras, Plantronics, and Polycom.

“Foi surpreendente quando a gente começou a receber chamadas, cliques e entradas de todas as partes do Brasil”

Rubens Branchini
Diretor Comercial e de Marketing

Para obter mais informações sobre como criar a sua própria campanha, visite:
<http://adwords.google.com.br>

Se você planeja realizar uma campanha mais ampla e precisa da ajuda de especialistas, entre em contato com vendas-br@google.com

DE PILHAS A CENTRAIS TELEFÔNICAS – A campanha começou tímida, com investimentos de cerca de R\$ 100 por mês. Mas cresceu, acompanhando a evolução do retorno. “O Google já representa uma grande parte do nosso investimento total em marketing”, garante Branchini. Atualmente, a empresa administra cerca de 10 mil palavras-chave, cuja ocorrência determina a exibição de seu anúncio no Google e nos sites que adotam essa tecnologia de busca. São termos muito heterogêneos, que atendem à diversidade do negócio. Afinal, a loja virtual vende de pilhas a centrais telefônicas de última geração.

Com o auxílio da equipe do Google AdWords, a Eletrônica Santana administra sua campanha para impactar tanto o internauta que faz uma pesquisa genérica por “câmera digital”, por exemplo, quanto o que busca um modelo específico do produto. Essa estratégia se apóia nos dados fornecidos pelo Google Analytics, uma ferramenta gratuita de métricas que permite acompanhar todos os detalhes da ação. “O Analytics é sensacional, informa desde quem é a pessoa que está entrando no nosso site até por onde ela passa”, conta Carlos Henrique Grando, Coordenador de E-commerce da empresa.

Amparada por essa mensuração minuciosa, a loja conseguiu construir uma campanha bem sucedida. Por mês, seu anúncio é visualizado cerca de 2 milhões de vezes. E o volume mensal de cliques, que mede as visitas ao site a partir das peças publicitárias, superou os 60 mil. “Do nosso tráfego total, 55% vêm dos links patrocinados do Google. E eles geram tanto compras on-line, no nosso site, quanto off-line, por meio do nosso televentas”, afirma Grando.

Toda essa exposição resulta não apenas em novos negócios, mas também na consolidação da marca. “Por meio do Google, usamos nossa tradição para fortalecer a marca nacionalmente. Nossos clientes ganharam confiança para comprar conosco”, conta Rubens Branchini. O fundador da Eletrônica Santana concorda e lembra que, antes, era difícil uma loja pequena oferecer seus produtos para grandes empresas. “Com o Google, começamos a ter clientes diferenciados e uma abrangência muito maior. Hoje, fornecemos para as maiores empresas brasileiras”, orgulha-se Rubens Martins.

Para obter mais informações ou fazer sua solicitação, acesse a página www.google.com.br e clique no link Soluções de Publicidade.

