



Formatura

Aposta na personalização e no design

Ás Eventos em São Paulo segue conceito moderno no álbuns de formatura, mais personalizado no atendimento e bom gosto de design

Um universitário acostumado a organizar festas durante o curso de administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em São Paulo. Foi dessa forma que Rachid Sader começou a trabalhar na área. Ele também trabalhou em uma empresa virtual no período da bolha da internet. Em 2001 decidiu com o amigo, Alessandro Ávila, investidor do mercado financeiro, a entrar no mercado de formaturas. Surgiu a Ás Eventos. “Desde o começo, o enfoque é formatura”, diz Sader. Com 42 funcionários, a empresa é formada por jovens em sua maioria. O ambiente da empresa segue o estilo descontraído e com instalações modernas. Um apelo interessante para o perfil dos clientes.

Os produtos da empresa seguem nessa linha. Há um Departamento de Marketing que cuida também do design. A preocupação é personalizar os álbuns para cada turma. A revelação e a montagem são realizadas pelo Grupo CAD. “Os clientes vêm aqui porque temos ideias. Existe uma identidade visual do álbum até os cardápios”, explica Sader. A empresa oferece uma linha muito ampla de produtos. Desde formando que quer gastar 600 reais até aquele que vai gastar cinco mil reais. O

processo de vendas é feito no risco. Para Sader, não haverá mudança. “A venda no risco é um processo emotivo. Os formandos querem fechar a festa antes e o álbum depois. A venda no risco continua sendo o melhor negócio”, diz Sader. Contudo, é possível reduzir problemas nesse tipo de venda. O que a empresa faz é captar imagens dos formandos em diversas ocasiões: na sala de aula, nas festas, em viagens, além de acompanhar os estudantes por

dois, três anos. O álbum acaba sendo mais completo e interessante. “É a transformação do álbum em registro da faculdade. Assim, o risco fica reduzido”, diz ele.

SEM CRISE - Deve ser por conta dessa abordagem que a empresa não sentiu grandes efeitos da crise econômica mundial. “Estamos fazendo 90 eventos entre formatura e colação. Mesmo com a crise, continuo dando crédito para o cliente”, diz



Ás Eventos: crescimento em 2009



Equipe jovem com a cara dos clientes que atende

Produtos inusitados. Formandos querem novidade

Sader. A próxima etapa é a criação de uma nova empresa da Ás Eventos: a Ás Fotos. Será um serviço exclusivo que poderá atender também outras empresas de formaturas. Um efeito imediato é que a equipe vai passar de 42 para 52 funcionários, sem contar os 80 fotógrafos freelancers que passam por um sistema de avaliação frequente. Durante os eventos, estes profissionais são testados. As imagens são analisadas conforme o padrão da empresa. Sader quer premiar os melhores fotógrafos. Quesitos como pontualidade, postura e desempenho serão considerados também. É uma forma de motivá-los. Hoje a relação é de um fotógrafo para cada dez formandos.



TRANSPARÊNCIA - A postura da empresa é criar uma relação honesta com as comissões. Segundo Sader, o formando é informado. Ele entra no site de busca Google e pesquisa o que as empresas oferecem. Para atender as comissões são dez vendedores que levam os produtos após a festa. A relação com os clientes é cuidadosa. “Não penso em revelação, nem laboratório. Meu negócio é atender os formandos”, avalia o empresário. Dentro desta proposta, a Ás Eventos dispõe de um atendente para cada seis, oito turmas. Isso gera um relacionamento especial e um cuidado maior no tra-

to com os clientes. Cada comissão é atendida pelo gerente de contrato e um dos diretores da empresa. Se há problema, os formandos podem contato diretamente quem fechou o contrato.

“Sou otimista com as comissões. Vejo uma mudança, acho justo que eles queiram algo bom, porque estão pagando. No contato para vender os álbuns, os vendedores mostram todas as possibilidades: álbum tradicional, diagramado e fotolivro”, diz Sader. O álbum chega para os clientes em 90, cem dias. Para Sader, a tendência dos produtos de formatura são o fotolivro e o álbum encadernado. “Fotolivro é o futuro”, diz Sader.

TRANSFORMAÇÃO - A internet é importante. Os clientes têm área restrita para diversos serviços. Em uma das páginas, acesso para os sites do Procon e Serasa. No curto e médio prazos, os clientes poderão escolher e montar o álbum. Hoje muitos contatos chegam pela internet, e-mail e telefone. “A demanda passiva é muito grande”, revela Sader. Até o fim deste ano, a empresa prevê o lançamento de um kit digital. Terá porta-retrato digital e pen drive personalizados para cada formando. Na visão de Sader existem quatro ou cinco empresas em São Paulo com a mesma proposta. “O mercado não está saturado. Só que as barreiras são muito grandes para quem quer entrar neste ramo”, diz ele.

Enquanto isso, muitas empresas confiam em propostas que funcionavam bem no século passado. O fato, porém, é que o formando mudou. E se a empresa de formatura mudar junto será o melhor negócio daqui para frente.

Perfil Ás Eventos

- Produtos** - fototela, minitela, álbum tradicional, álbum e minialbum prensados, CD e de fotos digitais e DVD, álbum estilo jornalístico e outros
- Abrangência** - atua em São Paulo, Campinas e Baixada Santista. Operações só de fotografia em Campo Grande e Rio de Janeiro
- Eventos** - desde pré-festas até reencontros de turmas. Formatura universitária é o forte. A empresa chega a realizar cinco eventos em um final de semana
- Design** - três pessoas para cuidar do design e da criação
- Fotógrafos** - 80 fotógrafos cadastrados pela empresa
- Novos formatos** - vai oferecer o superálbum 20 por 30 cm
- Flexibilidade** - a comissão de formandos decide da festa aos produtos fotográficos
- Esquema operacional** - terceirizar os serviços de criação, fotografia, aluguel de trajes e gráfica para oferecer preços competitivos. Enfoque no atendimento
- Gerência financeira** - controle rigoroso de cada etapa
- Empresa** - departamentalizada (Marketing, RH, Financeiro, Contabilidade, Produção, Comercial, Atendimento e Fotográfico)