



MRW

com nova estratégia de marca e serviços

Há 16 anos presente em Portugal e com uma rede 58 franquias em funcionamento, a MRW aposta em 2011 no reposicionar de marca, ao focar a estratégia e alargar os seus serviços. Com a nomeação de Jorge Reis como novo Director Comercial, a empresa catalã quer dinamizar a área comercial, onde à excelência de serviços alia a capacidade de se adaptar às necessidades do mercado. A Grande Consumo foi conhecer os novos serviços da MRW.



A empresa espanhola de "courrier" e transportes aposta, em 2011, no reposicionamento da marca em Portugal, aliando à reconhecida qualidade de serviço a competitividade do preço e a flexibilidade de uma gama de serviços mais ampla e adaptada às diversas necessidades de mercado. Para tal, e de modo a materializar esta maior aproximação à vertente comercial do negócio de transporte e entregas urgentes, a MRW contratou um novo director comercial, Jorge Reis, que tem como missão consolidar o reposicionamento da marca, alargando os seus canais de acção, maximizando a rede a nível nacional e assegurando um rácio muito perto dos 100% de cobertura do território. *"A MRW distingue-se da concorrência por meio de um modelo muito distinto de "courrier" e transporte onde a mercadoria praticamente não pára desde a sua recepção até à entrega final. Quando comparado com os nossos concorrentes directos e indirectos, é a MRW que tem maior proximidade com as empresas e a população em geral. As 58 lojas conferem-nos uma cobertura nacional efectiva",* assume Jorge Reis, Director Comercial da MRW Portugal.

O que permite disponibilizar um nível de serviço verdadeiramente único a nível nacional, como é exemplo o Urgente Hoje e que diz respeito à recolha de um item de manhã num determinado

local e respectiva entrega no seu destino da parte da tarde, em qualquer ponto a nível nacional, assegurando a MRW a entrega no destino final e não somente na loja ou ponto de recolha mais próximo, a que acresce ainda possibilidade de efectuar uma segunda entrega sem custos. *"Que pode ser feita no mesmo dia e*





que também aqui se difere face à concorrência. Porquê? Porque se um determinado operador leva uma encomenda e o cliente não encontra a mercadoria, volta para trás para um ponto mais distante, o que faz com que somente entre 24 a 48 horas é que se possa repetir a entrega. Na MRW, isto não acontece”, acrescenta.

Outra das mais-valias do operador catalão prende-se com o facto de efectuar entregas durante o dia todo, assim como proceder a recolhas em simultâneo, intervindo numa lógica de “networking” que permite disponibilizar um horário alargado de entregas (Serviço Urgente 8h30, 10h, 12h, 15h e 19h), numa dinâmica de rotas muito forte. “O cliente sabe que somos efectivos, que cumprimos com horas e que compensamos o cliente com três envios gratuitos caso se verifique um atraso da nossa parte na entrega de mercadorias contratadas. Nenhuma empresa desta natureza actua desta forma”, sustenta.

Modelo de negócio distinto da concorrência e que agora procura ser desmistificado junto do mercado, de operador caro, aliando ao serviço e ao preço a garantia de entregas a “tempo e horas” com entregas a nível nacional tendo por base o seu sistema de lojas e “networking”, com a marca em Portugal a procurar comunicar de forma efectiva este reposicionamento. Que se estende à relação

com o mercado e com as próprias franquias, com o “master” a ter que criar condições para que a actividade comercial seja pró-activa e agressiva. Razão que levou a marca espanhola a criar a figura do director comercial de modo a dinamizar ainda mais esta vertente do negócio, até aqui não muito explorada, e que passa, em parte, por dar a conhecer os serviços e aproximar ainda mais



a marca do mercado. Hoje são vinte os elementos comerciais ao serviço da marca que, este ano, está profundamente apostada na orientação ao cliente, onde não procura “vender a todo o custo. Somos líderes ibéricos neste modelo de negócio e em Portugal respiramos o mesmo ADN de Espanha, ainda que o mercado tenha as suas naturais e devidas diferenças”.

Devido à especificidade do modelo de negócio, a MRW assume ter condições para operar em todos os segmentos de negócio como material farmacêutico (com algumas limitações de frio), hospitalar ou ortopédico, com a possibilidade de disponibilizar serviços à medida das necessidades do mercado, com a empresa

orçamentamos um projecto à sua medida e apresentamos-lhe uma solução especificamente desenhada para cada um. Existem muitas PME's em Portugal que não têm “website”, o que limita o crescimento, pelo que celebrámos uma parceria com a Amen e a Viamodulo para os registos e produção de websites, passando, assim, a poder vender os seus serviços fora da sua área geográfica, fora de Portugal. Estamos, portanto, a potenciar o seu negócio, com preços muito mais competitivos, com uma única condicionante imposta por nós e que é ter um carrinho de compras de forma a gerar negócio”, prossegue Jorge Reis.

Ao serem criados, estes endereços serão posteriormente inte-



grados nos servidores de intercâmbio e autorizações da MRW, que irão desembocar no transporte, ainda que a MRW não se encontre dependente das duas etapas anteriores, potenciando, assim, o conceito de negócio e de oportunidade. Mesmo que em Portugal o movimento interno de e-commerce seja relativamente reduzido face à escala europeia e mundial, muito por força dos principais players estrangeiros que asseguram imensas entradas de mercadorias distintas diariamente no país. “Trabalhamos com a referência da categoria, a Amazon, e em termos percentuais

a olhar para o mercado ibérico como um todo, muito por força prestígio que a MRW tem em Espanha, onde é uma das marcas com mais notoriedade da categoria, e que permite elevar o rácio de cobertura do território e reduzir tempos de entrega de forma significativa em entregas à escala ibérica.

Promoções, Documentos 15 (vacionados para marketing direct) e Espanha 48 (o serviço mais longo disponível) são outros dos exemplos da oferta MRW.

B2C

Expedir até ao particular é o novo desafio da marca MRW que abraça o importante mercado de business-to-consumer (B2C), uma necessidade crescente nesta área de serviços. O primeiro desses produtos passa pela recente criação do serviço e-commerce, um modelo destinado às PME's que procura gerar negócio e comercializar soluções à medida das necessidades de cada uma das empresas, independentemente da sua natureza ou objecto de negócio. “Fazemos a avaliação das necessidades dos clientes,

Responsabilidade social

A aquisição da Fundação José Saramago, no Plano Ajuda Cultura, é a mais recente inclusão da MRW nos seus Plano de Acção Social, que sempre teve na figura do seu presidente, Francisco Martín Frías, um forte defensor da relação humana e sentido de responsabilidade social com a sociedade e o próximo.

Assim se percebe o conjunto alargado de serviços que o operador espanhol disponibiliza ao abrigo da sua esfera de responsabilidade social e que vão desde planos para pessoas carenciadas, ao plano Nova Empresa, que procura potenciar o negócio de jovens empresas ao disponibilizar três planos de preços que evoluem ano após ano, ou Plano Maior, para pessoas com mais de 65 anos, residentes em centros geriátricos ou lares. Serviços a que se juntam o Plano 2000, exclusivo para pessoas com alguma incapacidade, o Plano Sub-25, exclusivo para estudantes portugueses ou residentes em Portugal, ou o Plano Grande Família, para famílias numerosas. Ou seja, ao abrigo da sua esfera de responsabilidade social a MRW disponibiliza um conjunto alargado de serviços, muitos deles gratuitos, ou representativos de um desconto de tabela até 70%. Um custo suportado pela “casa mãe” que procura, assim, também ser líder em matéria de responsabilidade social.

temos mais entregas de Amazon em Portugal do que Espanha. É o mesmo que dizer que no "calor" do mês de Dezembro a Amazon em Portugal quadruplicou", sustenta o Director Comercial da MRW Portugal.

Mas se a Amazon é um cliente de referência a nível ibérico, Jorge Reis considera que a estrutura nacional tem que ser capaz, por si, de criar e gerar oportunidades de negócio de escala semelhante,

MRW em números

Nº de funcionários e veículos Portugal

- 300 funcionários

- 150 veículos

Facturação – MRW GLOBAL (Portugal, Espanha e Venezuela) = 640 milhões de euros.

Quota de mercado Ibérica de serviço de transporte urgente = 15 %



juntam-se ainda a Decoflorália, encontrando-se a MRW apostada em reforçar esta variante de negócio, sempre sem descuidar a qualidade de serviço, com algumas parcerias a serem anunciadas a breve trecho.

Indústria, banca e serviços são outras das áreas de negócio onde a MRW se encontra presente em termos de e-commerce, assumindo Jorge Reis a ambição da empresa em disponibilizar uma versão melhorada do serviço de B2C, colocando-se seriamente a possibilidade de a mesma evoluir para o consumer-to-consumer (C2C). Uma novidade a apresentar a curto prazo e que irá reforçar, de forma contundente, aquele que até há pouco tempo era um dos handicaps da MRW e que hoje é um dos seus produtos mais distintivos. "Procuramos dar uma maior capacida-

ou à dimensão do próprio mercado, com o El Corte Inglés a ser uma importante conquista e uma grande aposta da estrutura nacional, em termos de electrónica de consumo. A estes clientes



MRW com loja modelo em Faro

A MRW inaugurou no dia 14 de Março uma nova loja em Portugal. A loja modelo abriu em Faro (antigas instalações de Boliqueime) e conta com uma imagem renovada, mais dinâmica e atractiva. Segundo a MRW Portugal, irá satisfazer as necessidades sentidas pelos habitantes da zona na procura por um serviço de qualidade superior, ao mesmo tempo que pretende cativar novos franchisados na zona de Faro com boa cultura comercial e vasto know-how.

de de resposta aos clientes e melhoria de serviço na área tecnológica, uma garantia actual e não uma premissa de futuro, com a possibilidade de as empresas poderem fazer a expedição de mais envios. Estamos a apostar e a iniciar o contraciclo, somos uma empresa em contraciclo, estamos a admitir colaboradores, não estamos a reduzir estruturas apesar da conjuntura do mercado e estamos a apostar fortemente no posicionamento do mercado, o que só se consegue com metas e objectivos perfeitamente definidos", conclui.

Trajecto apenas ao alcance de empresas líderes, com a MRW a querer abrir uma nova página na sua actividade em Portugal onde, pela força da sua rede operacional, adaptabilidade da sua oferta e excelência de serviços poderá ter uma palavra a dizer, induzida não só pelos formatos clássicos de negócio como pelas oportunidades decorrentes das novas tecnologias e consequentes canais comercialização ao seu abrigo.