



Confira o calendário de exposições no app.

Associados e clientes acreditam que grandes feiras tendem a perder importância no futuro próximo

Entre os dias 21 e 27 de Abril aconteceu mais uma exposição de vitrines organizada pela NUBRA. Como de costume, a equipe do Jornal News falou com alguns associados e visitantes, para saber o que estão achando das ações promovidas pela associação.

Realizada em uma data estratégica, junto com outras feiras do segmento, a exposição de vitrines atraiu para o The Office visitantes que estão em São Paulo querendo fechar negócios, em busca de mercadorias. Muitos também vieram sem saber da exposição, mas ficaram surpresos com a praticidade das vitrines após serem convidados a conhecê-las.

Nas entrevistas, pudemos perceber que diversas pessoas acreditam que, em breve, os clientes vão preferir depender menos de feiras para buscar mercadorias, pois estão constatando que podem encontrar

no The Office a mesma diversidade dos eventos. Assim, devem programar as visitas à São Paulo quando acharem melhor, na certeza de encontrar sempre as portas abertas, enorme diversidade de fornecedores, boa estrutura, segurança e praticidade. Tudo isso, cria um conceito especial para o edifício The Office dentro do segmento e quanto mais forte estiver a associação NUBRA, melhor para todos!

Confiram as entrevistas dessa edição que estão especialmente interessantes!

Vejam o que foi dito



"O SEBRAE nos apresentou um estudo mostrando que, no geral, cada vez menos os clientes vão se organizar para comprar em feiras. Ou seja, eles querem comprar na hora que precisam da mercadoria, independente de feira, e aqui eles encontram muita diversidade. Com a incerteza econômica que enfrentamos, percebo que hábito das clientes mudou". Pat Marré da Marré Infinito.



"Nossa vitrine chamou atenção e deu muito certo no último evento. Outra coisa que percebo é que boa parte das clientes dependiam de feiras, e hoje em dia não, pois nós estamos sempre aqui e reunidos. Falando das expectativas para o futuro, eu realmente acredito que o The Office vai "arrasar" e, em breve, as feiras vão ter muito menos importância". Vani Oliveira da PB.



"Eu ajudei a criar o grupo e o conceito do prédio. Minha ideia era formar um ponto para o setor, aluguei uma das salas e convidei outros empresários do ramo. Hoje o The Office é muito importante para o segmento, e pensamos justamente nisso quando tivemos a ideia de criar esse centro atacadista: unir forças para crescer". Edimar de Freitas da Arte Final Joias Folheadas.

Crise? Aqui não...



O cenário econômico brasileiro está estremeado e inseguro, reflexo da crise política que o país atravessa. Sentimos os efeitos disso no dia a dia: produtos mais caros, diminuição do consumo, desemprego, consumidores receosos e outros fatores que vão freando a roda da economia. Apesar disso, podemos dizer que setor de joias, semijoias e bijuterias tem maior resistência aos tempos difíceis, se compararmos com outros setores que sofreram um forte impacto. Isso por que o segmento vem crescendo constantemente ao longo da última década, não só no Brasil, mas no mundo todo.

É interessante notar que a quantidade de compras online pelo setor atacadista de joias, semijoias e bijuterias aumentou consideravelmente. De 2013 para 2014, o crescimento foi de 5%. No ano seguinte (2015) chegou a 6%. Em 2016 a expectativa é de, pelo menos, manter o nível, mas com boas chances de expansão.

Então, ainda que a crise nos segure, continuamos em frente. Melhor ainda: temos saídas para minimizá-la. Portanto, cabeça erguida pois há muito a se conquistar!

Agilidade: apenas 3 passos para a venda



1º PASSO

Abordagem do cliente na entrada.

Assim que chegam ao prédio, os visitantes são abordados logo na catraca, recebem um folder do evento e são informados sobre a exposição das vitrines.



2º PASSO

Cadastro.

No hall da exposição, realizam o cadastro que serve tanto para controle da associação quanto para receber promoções e informativos NUBRA. Atualmente nosso mailing já conta com aproximadamente 1.000 visitantes cadastrados.

3º PASSO

Visita às vitrines e seleção dos fornecedores.

De acordo com o que viu nas vitrines, o cliente seleciona os fornecedores que quer visitar e anota no folder que recebeu na entrada, justamente feito para isso. Agora é só aproveitar as compras!



Associe-se

Faça parte da Associação The Office Nubra e tenha benefícios:

- ✓ Oito eventos anuais em 2016;
- ✓ Contratação de vitrine exclusiva para a sua marca;
- ✓ Folder, Website, Aplicativo com informações da sua marca;
- ✓ Facebook e Instagram com divulgação da marca;
- ✓ Nubra Decola! Parceria com o SEBRAE para a participação do Programa de Capacitação Empresarial, com disponibilidade de cursos em Marketing, Vendas, Internet e Recursos Humanos.



- ✓ Associação sem fins lucrativos do setor de joias, semijoias e bijoux focada às empresas do The Office Frei Caneca.

Mais informações:
(11) 9 9503 3232
contato@theofficenubra.com.br

Os benefícios desse processo

Os clientes se organizam antes de subir pelos andares. Assim, ganham tempo.

É possível ter uma visão rápida e geral de todas as marcas que expõem. Ou seja, há mais chances de escolherem novos fornecedores.

A soma de segurança e praticidade torna-se muito atraente ao cliente, sem falar na boa localização. Tudo isso otimiza o processo de compra dentro do prédio e favorece o aumento das relações fornecedores/clientes, movimentando o segmento e fortalecendo o networking.



Hall do The Office Frei Caneca.



Silvana Mery Natividade
Florianópolis | SC

“Gostei muito das vitrines. Me facilitou bastante para conhecer as empresas. Inclusive, olhei fornecedores novos, que eu não conhecia. E, pra gente se organizar, saber quem está lançando o quê, isso é muito importante. Achei maravilhoso, estão de parabéns!”

Pela praticidade, o The Office é muito importante para nós lojistas, porque você pode vir numa época que não ocorre feiras e encontra, em um único local, vários fornecedores disponíveis!

As fábricas tem que ficar abertas não só nas feiras, mas sempre! Uma sugestão que eu dou é que as vitrines fiquem sempre montadas. Elas são essenciais para termos noção das peças, da mercadoria, dos modelos novos e dos lançamentos.”