



CASESTUDY PÁGINAS AMARELAS

2009

Raquel Pires - O Negócio das Páginas Amarelas: O caso de estudo
páginas amarelas internet

Tendo como propósito o estudo de um modelo de gestão existente no nosso contexto de mercado venho neste trabalho introduzir um exemplo de sucesso no âmbito das B2B emergente no nosso mercado há já alguns anos.

Desta forma e dando um breve panorama sobre o contexto dinâmico da empresa em causa, Páginas Amarelas SA, apresentarei o impacto que uma empresa, que dependia da sua existência em formatos físicos de divulgação comercial, vem trazer um novo modelo de negócio e de igual forma trazer inovação a um mercado já de si pautado por avanços tecnológicos e de gestão de marketing sobejamente estudados.

Porque o fiz:

Com a minha experiência profissional, adquirida nas Páginas Amarelas, apercebi-me do impacto desta organização no mercado B2B não só através da rápida evolução tecnológica e organizacional que a empresa teve bem como nos meios que criou para responder às necessidades dos seus clientes.

Isso cativou-me para compreender melhor como as Páginas Amarelas souberam estrategicamente dar força ao seu produto online criando assim um marco na forma como os negócios são efectuados a nível nacional.

www.pai.pt

Ao analisarmos e descrevermos o produto/serviço PAI facilmente conseguimos detectar os pontos de viragem que ditaram o sucesso deste serviço e de certa maneira a forma como veio a garantir a continuidade de uma empresa como as Páginas Amarelas SA.

Dois pontos são base para o que iremos descrever a seguir:

A intenção é levar os internautas ao site do cliente e criar um directório de empresas e pessoas, sem demorar horas a gerir uma base de dados.

E manter o modelo de distribuição gratuito, mas inteiramente adaptado às exigências actuais, quer a nível dos utilizadores quer a nível dos anunciantes, desenvolvendo um leque de ferramentas grátis que permitem ter os contactos do pai.pt e pbi.pt, directamente no site do cliente, blog, bookmarks, TOM TOM, iGoogle, Outlook e no Messenger.

Descrição geral do PAI

De forma sucinta vemos as quatro características principais do serviço PAI

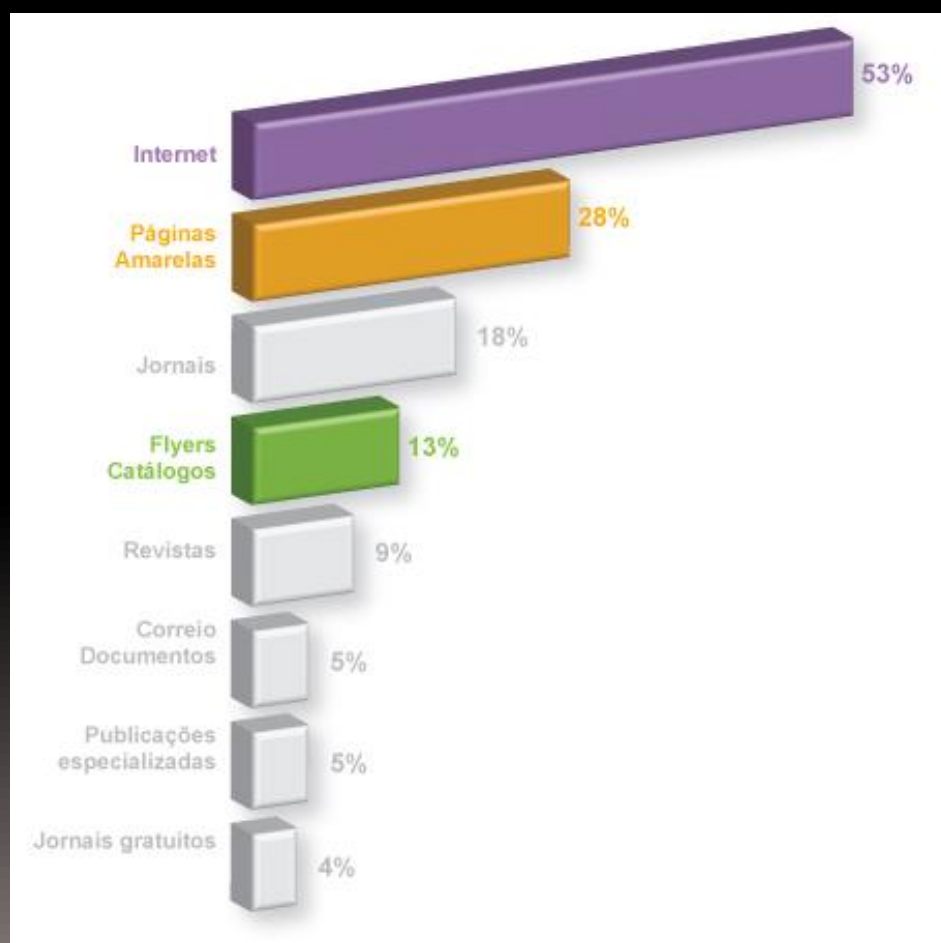
Produto	Preço
Intangível (serviço) Publicidade direccional por nome, actividades e palavras-chave Complemento dos directórios impressos e da publicidade criativa	Calculados em função do crescimento do serviço. Pacotes atractivos Descontos e promoções Pagamento na factura telefónica PT Outras condições de pagamento
Distribuição	Comunicação
Parcerias com motores de busca Links Selectiva (pesquisa por actividade e palavras-chave) Cobertura geográfica à medida da consulta do cliente Canal curto ou longo dependendo dos intermediários	Publicidade – Tv, Rádio, Cinema e externa (outdoors) Patrocínios Relações Públicas Força de Vendas Mkt directo Promoção

Evolução do www.pai.pt

- 1995 – Criação do acesso por Internet às Listas de Fax;
- 1997 – Neste ano verifica-se um alargamento das actividades através de um acesso pela Internet;
- 2000 – Lançado um novo portal de restaurantes, no endereço restaurantes.pai.pt;
- 2003 – Lançamento da nova versão do site Páginas Amarelas e reformulação do site de restaurantes, disponibilizando um conjunto de novas funcionalidades destinadas a utilizadores e anunciantes;
- 2004 - Lançamento, no site pai.pt de um Guia de Cidades com informações sobre alojamento, restauração, vida nocturna, pontos de interesse turístico, agenda cultural e percursos rodoviários de acesso a 8 cidades Portuguesas.

- 2005 - Reformulação do site Páginas Amarelas com um acesso simplificado.
- 2006 - Renovação das Páginas Amarelas na Internet (pai.pt) com nova imagem e funcionalidades (georeferenciação, click to call e sistema de comparação de dados).
- 2007 - Lançamento do site de pesquisas residenciais, as Páginas Brancas na Internet (www.pbi.pt) e de dois novos canais de pesquisa especializada nas Páginas Amarelas na Internet - [Canal Casas](#) e [Canal Compras](#).
- 2008 - Novas funcionalidades no site pai.pt (avanço na pesquisa local, comentários e classificações, mapas detalhados e simulação de percursos (mapas.pai.pt) e disponibilização gratuita da barra de navegação do website).

As Páginas Amarelas inserem-se maioritariamente na área da Publicidade Direcional levando assim os clientes, já com decisão de compra a encontrarem qual vai ser o fornecedor do produto ou serviço. No quadro anexo encontrará o ranking onde se insere o produto print e vemos onde se concentra o mercado emergente - no serviço online.

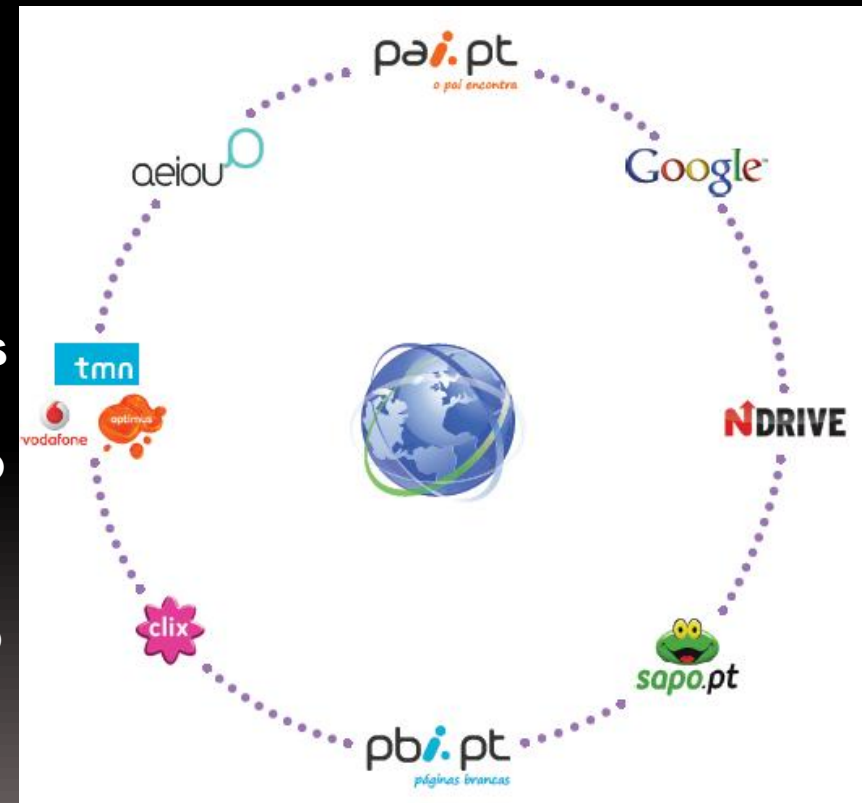


Conforme foi referido acima, as PAI são um canal diferente da empresa que aposta a sua vertente publicitária na internet.

Tal como a tecnologia não para de evoluir os clientes acompanham esta evolução.

Por isso, as Páginas amarelas forçosamente tiveram de evoluir nesse contexto e tirar partido de todos os canais e mecanismos disponíveis no mercado.

Desse modo passou a disponibilizar o seu programa publicitário, através de multiplas plataformas de acesso, maximizando o alcance e a visibilidade do negócio dos clientes.

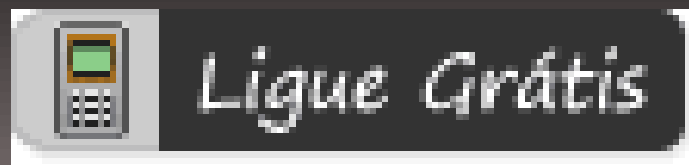


Outro serviço fulcral é o sistema de chamadas gratuitas divulgado já nos vários meios jornalísticos.

O funcionamento do chamado “Ligue Grátis” é simples: ao leitor basta-lhe ir ao referido sítio, escrever o nome da entidade que pretende contactar, de seguida colocar o seu número de telefone, móvel ou fixo, e o horário em que pretende que lhe devolvam a chamada.

Este serviço não implica qualquer tipo de custo para o utilizador.

Com a implementarização de todos estes novos meios e serviços o produto PAI conseguiu alcançar um patamar evolutivo que fez com que se reinventa-se a si próprio e se torna-se uma referência no mercado B2B e privado.



Face ao que foi descrito e analisado anteriormente podemos concluir através dos factores chave o que trouxe o sucesso do serviço PAI

Serviço	FCC Factores Chave Compra	FC Factores Competição	FCS Factores Críticos Sucesso
Páginas Amarelas Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Identificação com a marca - Qualidade e quantidade da informação - Visibilidade - Rapidez e eficácia - Direcção - Interactividade - Preço (custo por contacto) - Links - Liderança 	<ul style="list-style-type: none"> - Notoriedade da marca - Informação simples e clara - Relação afectiva e emocional - Comunicação e influência - Actualizações permanentes - Diferenciação do serviço - Eficácia / Desempenho - Linkagens – motores de busca - ROI - Frequência da visita ao site - Composição dos anúncios - Keywords - Posicionamento dentro do site - Inovação e investigação tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> - Complementar outros meios da marca - Notoriedade do site - Publicidade/Comunicação - Força de vendas especializada - Adicionar aos favoritos - Protecção dos dados - Rapidez de acesso - Desenvolver os canais de distribuição - Funcionalidade e layout do site - Quantidade de keywords - Prova do retorno do investimento - Inovação permanente - Assistência pós-venda

Os factores críticos de sucesso em qualquer negócio serão sempre os principais motivos para esse negócio ter sucesso.

Quanto mais as empresas conseguirem que os seus pontos fortes coincidem com os factores críticos de sucesso então terão sucesso garantido.

Esses factores críticos de sucesso devem responder a três critérios: aplicabilidade geral, relevância e controlabilidade.

Os escolhidos para o objecto de estudo em causa respondem a estes critérios e serão factores de sucesso neste tipo de negócio.

SWOT – FOFA

A análise SWOT relaciona os pontos fortes e fracos da empresa com as oportunidades e ameaças do meio envolvente.

Factores Internos	Pontos Fortes (S)	Pontos Fracos (W)
	<p>Elevada notoriedade da marca Rapidez de acesso Quantidade e qualidade da informação Actualização permanente da base de dados Conhecimentos do mercado Links aos principais motores de busca Fiabilidade / Versatibilidade Know-how</p>	<p>Cliente não tem possibilidade de manipular o site Fraca penetração fora de Lisboa e Porto Burocracia Ausência de linkagens a sites sectoriais Nichos de mercado</p>
Factores Externos		
Oportunidades	Estratégias	Estratégias
<p>Crescimento exponencial dos utilizadores da internet Centros urbanos por explorar Esperança média de vida aumenta e-com, e-gov, e-bus, e-learn Transição do print para o online Novas tecnologias (UMTS)</p>	<p>Desenvolvimento de novos serviços nos mercados actuais Parcerias / Linkagem com associações empresariais e sectores de actividade Desenvolvimento do serviço actual noutros mercados “Alfabetizar” a utilização da consulta ao segmento acima dos 50 anos Investigação e desenvolvimento</p>	<p>Parcerias com a comunidade universitária fora dos grandes centros Parcerias / Linkagem com a administração pública e local Desenvolver novas formas de contacto com a internet Atingir outros nichos de mercado (senior)</p>
Ameaças (T)	Estratégias	Estratégias
<p>Conjuntura económica Vírus informáticos Tentativas de extração de dados Motores de busca Excesso de informação Mercado em constante mutação Concorrência pelo preço</p>	<p>Inovação contínua para satisfazer necessidades do mercado Benchmarketing Actualização constante do site ROI</p>	<p>Protecção dos dados e da base de dados</p>

Conclusão

Após estas análises podemos concluir que existiram factores decisivos para o sucesso do serviço PAI devido à estratégia assumida, ao desenvolvimento de novas tecnologias aplicadas aos sistemas de pesquisa e indexação da informação, a uma estratégia de marketing consolidada no contexto social e financeiro nacional e igualmente com as cinergias criadas com parceiros estratégicos que hoje mesmo se podem ver utilizando a base de dados e os sistemas de busca do PAI, tal como o GOOGLE, o SAPO, o CLIX, e recentemente o AEIOU.

Agora mesmo o PAI assumiu uma nova estratégia de implementação e impacto na sociedade «online» e na web 2.0 tais como as novos meios de comunicação Global como por exemplo Twitter, Blog, Truvo.pt, Buscas.pt.

O objectivo futuro das Páginas Amarelas Internet, para 2009, é de alcançar 8 Milhões de pesquisas mensais e acrescentar novas funcionalidades como efectuar reservas online de Hóteis directamente no site PAI.

O futuro...hoje!

buscas beta quem? como? ajuda?

Quem é o Buscas?

O Buscas é um cão apadrinhado pela Páginas Amarelas e que te pode ajudar a encontrar contactos de empresas e particulares através do Windows Live Messenger.

[ver mais... »](#)

Adiciona-o já ao teu Messenger e pergunta-lhe o que procuras!

O endereço do Buscas é o:

buscas@pai.pt

Junta-te à lista de amigos do Buscas para receberes novidades e ofertas exclusivas:

Nome

E-mail

Declaro ter lido e aceito as condições de utilização e a política de privacidade do Buscas.

pai.pt
procuras? o pai encontra

Procurar [pesquisa avançada](#)

OK

[PAi no seu site](#) [directório PAi](#) [blog.pai.pt](#) [telefones úteis](#) [directórios internacionais](#)



m.pai.pt
fixe este endereço

Procurar

Exemplo: Hotéis em Lisboa

Exemplo de localização atual:
Passo do Cavaleiro 11-39, 0 Lisboa, PT

OK