



Waxdecor aromatiza nova estação

Última colecção apresentada na feira

Uma viagem pelo tempo e por paisagens paradisíacas sem sair do local são garantias avançadas pela Waxdecor - Artigos Decorativos, presente em mais uma edição da INTERDECORAÇÃO. «Porque o olfacto é um dos sentidos mais poderosos, com muitos sentimentos associados, diz Bruno Azevedo, gestor de Marketing da Waxdecor, «quem experimenta os nossos produtos viaja no tempo».

Na INTERDECORAÇÃO 2011 apresenta a nova linha Primavera/Verão, caracterizada por fragrâncias frescas, florais e frutadas. Uma das marcas que representa (Yankee Candle – em velas de fragrâncias) irá, adianta a Waxdecor, «ao encontro das expectativas dos nossos clientes, introduzindo aromas que vão tornar a Primavera e o Verão duas estações ainda mais aromáticas e românticas». Para além das velas com fragrâncias reais, que duram durante toda a sua queima, a aposta vai ainda para fragrâncias com aromas que inundam todo o nosso espaço. Aqui merecerá destaque a marca Nippon Kodo, com os incensos japoneses, desde 1575, e toda uma gama de produtos ligada à marca e artigos decorativos com a marca Jason.

As feiras profissionais, como o caso da INTERDECORAÇÃO, proporcionam um volume «interessante de vendas e dão projecção ao nível de novos clientes», sendo o espaço privilegiado por esta empresa para dar a conhecer ao mercado profissional novas linhas e acessórios.

O mercado português está, na opinião do responsável da Waxdecor, numa «fase de saturação, agravado por uma diminuição do poder de compra dos consumidores». Dai que muitas empresas sentam dificuldade em crescer neste mercado. Há, no entanto, alguns segmentos que poderão ser mais explorados e que poderão representar uma parte substancial de quota de mercado. Por representarem marcas internacionais, a Waxdecor tem “regras” quanto à expansão para outros mercados internacionais. Actualmente, tem clientes em Angola e Cabo Verde, o que permite uma introdução em outros mercados e que poderão abrir portas ao nível da internacionalização.

A Waxdecor insere-se no segmento de artigos de decoração. «A qualidade do serviço, bem como a excelente qualidade dos produtos e das marcas que representa, é, sem dúvida, a mais-valia», afiançou Bruno Azevedo, destacando ainda o trabalho de comunicação que proporciona igualmente aos clientes.

A estratégia comercial para o ano de 2011 passará por um crescimento do volume de facturação, bem como pela conquista de maior quota de mercado. A aposta em produtos inovadores e diferenciadores, a aposta em outro tipo de clientes e o reforço na comunicação e marketing serão pontos que irão reger a sua actuação, de forma a atingirem o principal objectivo: manter a liderança de mercado. ■

