

# Casas Bahia potencializa seu e-commerce com a parceria estratégica formada entre Aunica e Energy/Y&R

**59%** ▶ O e-commerce das Casas Bahia obteve um aumento de 59% nas vendas diretamente originadas da mídia on-line, com a mesma receita.



## Desafios

O desafio foi transformar o e-commerce da Casas Bahia, lançado em Fev/2009, em uma das maiores lojas do grupo, apoiando e complementando as vendas em lojas físicas, levando em conta os atributos da marca, os pontos de contato digitais com os atuais clientes da loja, bem como o universo de novos clientes do e-commerce.

A escolha da Aunica deu-se pela capacidade de gestão publicitária com a Energy/Y&R, a integração entre canais e a correta interpretação dos dados para a tomada de decisões de negócio, a partir da vasta quantidade de informações de diferentes fontes, como Mídia On-line, Rich Media, Buscadores, comparadores de Preço, E-mail, Social, Brand Channel no Youtube e várias outras mídias utilizadas.

## Soluções

A Aunica, em conjunto com a ENERGY/Y&R, propôs uma integração multi-canal digital em uma única base, para segmentar e entender o comportamento dos consumidores de CASASBAHIA.com.br em diferentes momentos da conversão, tendo como principal foco, nesta etapa de trabalho, o aperfeiçoamento do funil de e-commerce, a busca interna e a relação do investimento em mídia on-line com o comportamento no e-commerce.

Para a integração analítica, realizamos a total integração de serviços e informações, acompanhamento e modelagem Real Time, inserção de outras informações externas no sistema de avaliação e garantia de veracidade dos dados. Para a gestão de mídia on-line, inédito até então no Varejo Nacional, usamos o Engagement Mapping ROI\*, em que todo impacto de mídia digital é levado em conta na construção de uma venda, sendo atribuídos pesos a critérios como frequência, recência, interação e tamanho da peça.



*"A Aunica se mostrou um ótimo parceiro em todos os aspectos do negócio, desde o primeiro dia de trabalho. Desde o entendimento do projeto, passando pelas etapas de recomendações, acompanhamento constante, implantação e oferecendo sempre inúmeros aprendizados e melhorias que nos auxiliaram em diversas tomadas de decisão de sucesso no nosso e-commerce"*

**Raphael Klein - Diretor de Marketing Casas Bahia**

## Perfil do Cliente

### Sede

São Paulo, SP

### URL

[www.casasbahia.com.br](http://www.casasbahia.com.br)

### Ramo

Rede de varejo de imóveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos

## Produtos utilizados

Atlas Engagement Mapping  
Atlas Behavioral Targeting

Omniture Site Catalyst  
Omniture Discover  
Omniture Data Warehouse  
Omniture Search Center  
Omniture Site Search

Price Manager



# Resultados

Em 12 meses, a equipe Casas Bahia, Energy Y&R e Aunica gerou os seguintes resultados

## - Transformando o e-commerce em mais um componente de sucesso na sua promessa de dedicação total -

- + 22% de aumento na efetividade entre acesso e compra, por usuário;
- + Incremento de 49% na taxa de pedidos por visita;
- + 57% de aumento de receita por Caminhão Aberto.

## - Tornando a mídia online um canal de vendas mais efetivo -

- + Aumento de 59% nas vendas diretamente originadas da mídia on-line, com a mesma receita;
- + Aumento de 83% no volume de pedidos mensais por conta da diferenciação de entrega de peças diversificadas para cada perfil de público e audiência.
- + Redução de 29% na queima de impressões de mídia;

## - Transformando a busca interna em ferramenta de negócios -

- + 43% de aumento na intenção de compra das visitas que realizaram Busca;
- + 75% de aumento na receita por visita com Busca;
- + Aumento de 122% na taxa de conversão de Pedidos por Visita de quem realizou Buscas, comparando-se com quem não fez.

## Sobre as Casas Bahia

Fundada em 1952 por Samuel Klein, a rede Casas Bahia é considerada um fenômeno do varejo nacional, e está presente em dez estados.

A Casas Bahia multiplicou, em pouco mais de uma década, suas 250 filiais para as mais de 500 atuais e figura entre as 250 maiores empresas de varejo no mundo, segundo o estudo "Poderosos Globais do Varejo", conduzido pela consultoria Deloitte Touch.

*"Buscamos um parceiro com amplo know-how analítico, mas que também tivesse potencial de nos atender, vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana, em um ritmo estressante, com dependência de equipes dedicadas de atendimento e operação, bem como estrutura de alta escalabilidade. AUNICA supriu nossas necessidades com alto grau de qualidade e comprometimento."*



**Fernando Taralli - CEO Energy Y&R**

## Sobre a Energy Y&R

A Energy nasceu em 2008 com a missão de energizar o negócio de seus clientes. Presidida por Fernando Taralli, especialista em interatividade, a agência tem como proposta integrar as disciplinas de comunicação on-line e off-line, sem limitação de canal, mídia ou formato.

## Sobre a Aunica

A Aunica é uma empresa de soluções de marketing interativo. Veio ao mundo apaixonada pelo espírito digital, com a visão de que viveremos num mundo de negócios 100% tageados.

### Contato

São Paulo +55 11 3123 5333  
Porto Alegre +55 11 3312 2125  
Mônaco +33 611 544 181



e-mail: [comercial@aunica.com](mailto:comercial@aunica.com)  
web: [www.aunica.com](http://www.aunica.com)