

Skil, marca de ferramentas do Grupo Bosch, reforça marca como solução para mercado autônomo

Pesquisa aponta as necessidades desses profissionais; Ampliação do portfólio de produtos; Ferramentas elétricas com design e ergonomia sob medida; Identidade de comunicação ainda mais próxima ao usuário.

A Skil participa da Feicon 2013, em um estande exclusivo, e apresenta ao público novos produtos, com design diferenciado, e uma comunicação visual, que consolida a identidade da marca junto ao profissional autônomo.

"Solidificamos o posicionamento da Skil junto a esse mercado, por isso, nossa identidade visual está muito mais próxima a ele. Nossos produtos também foram reformulados para atender a real necessidade desse público", observa Melina Ávila, chefe de Marketing da marca Skil para o Brasil.

O resultado desse projeto foi baseado em uma pesquisa realizada junto a um grupo de profissionais autônomos, que indicou os atributos mais relevantes e as funcionalidades necessárias para seus instrumentos de trabalho. Para eles, a durabilidade e resistência de suas ferramentas foram apontadas como fundamentais, já que um problema no funcionamento do produto pode significar a perda de um dia de trabalho e ter impacto direto na remuneração no final do mês.

"O profissional autônomo possui uma relação emocional com suas ferramentas, pois a realização de suas atividades depende delas. Nosso objetivo é fazer com que ele tenha certeza de que os nossos produtos foram feitos para atender suas necessidades, com a garantia de que ele não terá nenhuma preocupação nesse sentido", observa a executiva.

As preferências quanto ao design dos produtos também foram pesquisadas pela Skil. Os profissionais descreveram sua relação diária com as ferramentas e aponta ram atributos como

segurança, ergonomia e robustez como decisivos no momento da escolha por uma marca.
"É importante ressaltar que todo o estudo foi feito com foco no mercado brasileiro. Essa proximidade é a principal característica da nossa estratégia. Tudo está sendo pensado aqui no Brasil e América Latina, atendendo as necessidades locais", destaca.

Novos produtos
O estudo junto aos profissionais também subsidiou a ampliação do portfólio da marca. Exemplo disso, a Serra Mármore foi apontada por revendedores e usuários como uma ferramenta indispensável para o atendimento às demandas dos autônomos. Diante desse cenário, a Skil lançou o produto em 2012.
Cuidadosamente desenvolvida por uma equipe de engenharia brasileira, que se preocupou em dar as características locais ao produto, a ferramenta reúne todos os atributos da marca, a um preço competitivo e com qualidade superior ao encontrado hoje no mercado. "Em testes elaborados pela Ski l constatamos que nossa Serra Mármore corta até 40% mais que as ferramentas disponíveis hoje. Ela é um exemplo de produto que atende as expectativas dos profissionais, principalmente, nos quesitos produtividade e robustez", avalia Melina Ávila.
Outro lançamento é a Serra de Piso Laminado. Inédita no Brasil, ela é ideal para a instalação desse tipo de pisos, substituindo ferramentas como a Serra Tico-Tico, a Serra Circular e a Serra de Meia Esquadria, otimizando o trabalho em cerca de 30% e dando ao profissional mais precisão no corte e acabamento impecável.
"Colocamos esta máquina em teste e os usuários aprovaram rapidamente sua utilização. Essa máquina chega ao mercado em março de 2013 e será apresentada durante a Feicon", antecipa.
A família de furadeiras também ficou maior. O destaque fica com a furadeira de 16mm, que é o mais novo membro da linha. Desenvolvida com componentes de alta qualidade, chega ao mercado para atender a necessidade do profissional que busca uma ferramenta de alta performance. Resistente, trabalha com potência de 750W, proporcionando ao usuário ganho de agilidade em atividades como: instalação de elevadores, telas de proteção de nylon, toldos, antenas, calhas e rufos.

Pontos de venda
A marca apresentou também um novo material para exposição nos pontos de vendas, alinhado a atual linha de comunicação. As mudanças podem ser vistas nas embalagens dos produtos, displays, catálogos, folders entre outros materiais de divulgação e marketing.
"A proposta é auxiliar os revendedores a expor os produtos de forma mais atrativa ao consumidor, oferecendo a eles opções de organização dentro da loja e a possibilidades de incremento nas vendas", analisa a chefe de marketing.
Ao longo dos últimos meses as revendas receberam os materiais com o novo conceito de comunicação e durante a Feicon, a marca vai mostrar um pouco mais sobre essas novidades.
"Em nosso estande estar ão expostas algumas das peças que já estão nos PDV's em todo o Brasil. É o momento que a Skil tem junto ao revendedor para apresentar a ele novos produtos e soluções. Queremos que conheçam nossas novidades e obtenham informações importantes para a atuação no ponto de vendas", avalia Melina Ávila.

A evolução da Skil
A Skil é uma marca originalmente norte-americana que iniciou sua trajetória produzindo

ferramentas para profissionais, a partir da invenção da Serra Circular. Quando o grupo Bosch adquiriu a marca, na década de 1990, seu principal objetivo foi se fortalecer no mercado americano. Neste período, apenas alguns modelos foram comercializados na América Latina. O promissor crescimento do mercado profissional na região indicou que havia uma potencial demanda a ser atendida. Atenta a isso, a Skil se posicionou produzindo ferramentas que atendessem tecnicamente a essas necessidades, mantendo um preço competitivo. "O mote da marca é oferecer pro dutos alinhados às demandas dos profissionais, com o melhor custo benefício do mercado" finaliza a chefe de marketing.
Mais informações: www.skil.com.br

Serviço:
Feicon 2013
Quando: 12 a 16 de março
Local: Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo (SP)
Horário: 10h às 19h
Endereço estande Skil: M-32
http://www.feicon.com.br/

Foto: Divulgação
In Press Porter Novelli Assessoria de Comunicação