



Clientes da Vivo podem comprar aparelhos pelo site e retirar em lojas da operadora

- *Na cidade de São Paulo e no Distrito Federal, o modelo representa mais de 15% das vendas de smartphones realizadas pela loja on-line da Vivo*
- *Vivo é primeira operadora do Brasil a adotar este modelo, que é tendência no varejo por trazer benefícios para consumidores e para empresas*

A Vivo é a primeira operadora do Brasil a adotar o conceito “pick up in store”, que possibilita ao cliente comprar aparelhos pelo site e retirá-los em lojas da empresa. Na cidade de São Paulo e no Distrito Federal, o modelo já representa mais de 15% das vendas de smartphones realizadas pela loja on-line da companhia. A Vivo também é a primeira empresa do Grupo Telefônica na América Latina a oferecer esta alternativa para seus clientes.

A iniciativa foi implantada em abril, como projeto-piloto em sete lojas da Vivo – cinco na cidade de São Paulo e duas no Distrito Federal, e agora está em fase de expansão. Até o fim de agosto, incluirá o total de 15 lojas da empresa em oito estados do país (RJ, SP, ES, RS, MG, PA, BA, PE) e no Distrito Federal. A partir de novembro, avançará para outras lojas da Vivo no Brasil.

“Esta é uma grande oportunidade para reforçar o compromisso da Vivo em promover a melhor experiência para nossos clientes, que podem escolher a maneira mais conveniente para realizar sua compra e receber a mercadoria. Este é um primeiro passo rumo a uma experiência Omnichannel centrada no cliente”, afirma Ricardo Sanfelice, vice-presidente de Estratégia Digital e Inovação da Vivo.

O “pick up in store” é uma tendência no setor varejista que traz benefícios para consumidores e empresas. A primeira delas é a redução no prazo de entrega. Smartphones comprados pelo site da Vivo levam, em média, seis dias para chegar à residência do comprador. Ao escolher a opção de retirar na loja, o smartphone está disponível no ponto de venda em até dois dias.

Outros benefícios são comodidade e flexibilidade. Por exemplo, o “pick up in store” é especialmente útil para quem mora sozinho ou não tem quem receba encomendas em sua residência. Outra vantagem é que, ao comprar pelo site da Vivo e retirar na loja, o cliente evita idas e vindas a lojas em busca do aparelho desejado.

Para a Vivo, a retirada em loja traz a redução de custos logísticos e, além disso, ao receber o consumidor no ponto de venda, a empresa aproxima-se do cliente e tem a possibilidade de esclarecer dúvidas do consumidor e apresentar ao assinante os serviços da operadora.

Como funciona

Ao comprar o aparelho pelo site, o cliente tem a opção de receber em casa ou retirar na loja. Os pontos de venda disponíveis na região são apresentados durante a transação e basta que o cliente escolha o mais conveniente e, depois, concluir a compra. O cliente será avisado por e-mail quando o aparelho estiver disponível para retirada.

Sobre a Telefônica Vivo

A Vivo é a marca comercial da Telefônica Brasil, empresa líder em telecomunicações no País, com 97,8 milhões de acessos (2T18). A operadora atua na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B – banda larga fixa e móvel, ultra banda larga (over fiber), voz fixa e móvel e TV por assinatura. A empresa está presente em 4,4 mil cidades, sendo 4,2 mil com rede 3G e mais de 2,8 mil com 4G, segmento em que é líder de Market Share. A operadora ainda oferece o 4G+, internet duas vezes mais rápida que o 4G. No segmento móvel, a Vivo tem 75,3 milhões de clientes e responde pela maior participação de mercado do segmento (31,9%) no país, de acordo com resultados do balanço trimestral (2T18).

Guiada pela constante inovação e a alta qualidade dos seus serviços, a Vivo está no centro de uma transformação Digital, que amplia a autonomia, a personalização e as escolhas em tempo real dos seus clientes, colocando-os no comando de sua vida digital, com segurança e confiabilidade. A Telefônica Brasil faz parte do Grupo Telefónica, um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo, com presença em 21 países, 357,5 milhões de acessos, 122,5 mil colaboradores e receita de 52,0 bilhões de euros em 2017.

Ciente de sua responsabilidade de retribuir à sociedade a confiança que recebe na utilização dos seus serviços, a empresa conta com a Fundação Telefônica Vivo. Desde 1999, a Fundação atua na formação da nova geração, apontando os caminhos para o desenvolvimento do país ao aplicar inovação à educação, empreendedorismo e cidadania, com diferentes projetos sociais nessas áreas.

Contato Imprensa – VIVO

imprensa@telefonica.com

(11) 3430-7020

Mariana Yole

(11) 3147-7441 – mariana.yole@maquinacohnwolfe.com

Mayara Altebarmaquian

(11) 3147-7470 - mayara.altebarmaquian@maquinacohnwolfe.com

Marina Fonseca

(11) 3147-7407 – marina.fonseca@maquinacohnwolfe.com

Rodrigo Barneschi

(11) 3147-7900 – rodrigo.barneschi@maquinacohnwolfe.com