

## 4 Resultados

Este capítulo apresenta o caso estudado. Inicialmente, o caso é situado no contexto do mercado a que a empresa atende, que é o de casamentos, no Brasil. Em seguida, é apresentado o histórico da empresa e da empresária, parte em que são detalhados os acontecimentos que levaram a empresária a deixar uma carreira de sucesso para começar novamente sua vida profissional em outra área. Após o histórico da empresa, são apresentadas as operações da mesma, ou seja, de que forma a Casar é Fácil atende seus clientes e que tipos de serviço são ofertados. A terceira parte do capítulo oferece uma análise dos resultados obtidos pela empresa, com foco no crescimento alcançado por meio de sua estratégia de permanecer com custo zero de investimentos em divulgação.

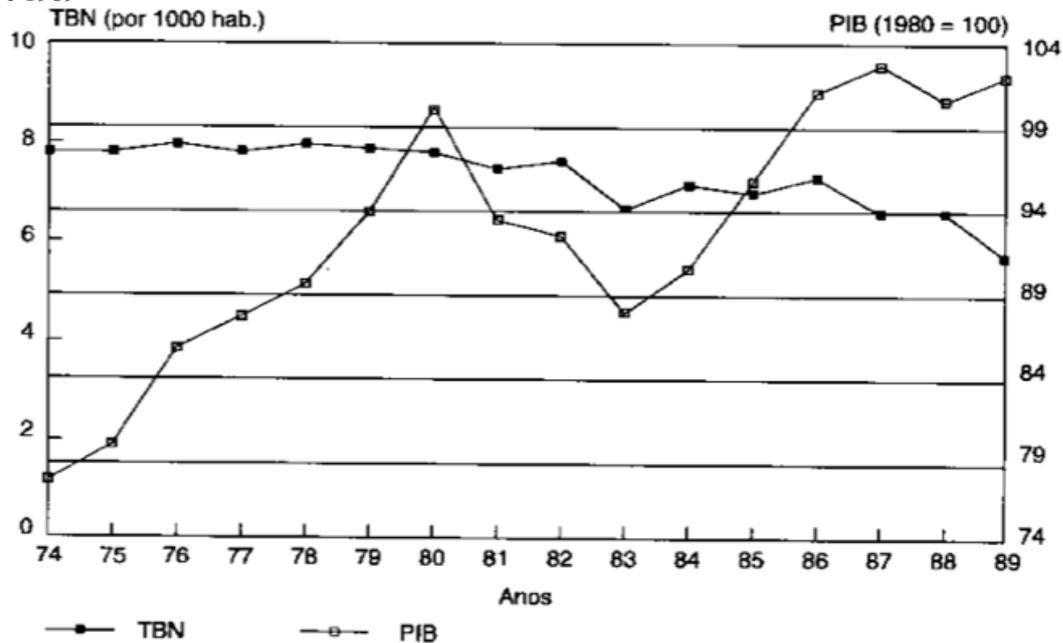
### 4.1. O mercado de casamentos no Brasil

O brasileiro pode ser considerado um povo tradicional quando o assunto é casamento. Em pesquisa realizada em 2005 pela Fundação Getúlio Vargas, 74,4% dos brasileiros se consideraram católicos. A mesma pesquisa indica que 86,6% dos casamentos formais realizados em 2000 aconteceram entre pessoas que se identificaram como católicos, o que, em comparação com o índice de 94,7% registrados em 1970, mostra uma maior mistura de religiões (Neri, 2005).

A década de 1980, conhecida como a década perdida (Fernandes, 2002) por conta da forte redução da atividade econômica no Brasil, também provocou impacto no número de casamentos realizados. O gráfico 7 ilustra a relação entre crescimento econômico e taxa de nupcialidade entre 1974 e 1989. Como se pode observar no gráfico, o período compreendido entre 1981 e 1989 mostrou um aprofundamento da queda na quantidade de casamentos formais realizados. As modificações legais que permitiram a realização do divórcio a partir de 1977 podem ter influenciado positivamente no número de casamentos, levando à conclusão de que a queda no número de matrimônios pode ter sido ainda mais forte se

excluídas da análise os casamentos de pessoas que haviam sido casadas anteriormente e se divorciaram. Por outro lado, o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho e a melhoria nos indicadores sociais (Ometto et al, 1995), apesar da crise, podem ter ajudado a amenizar a queda na taxa de nupcialidade na década em questão.

Gráfico 7 - Taxa Bruta de Nupcialidade (TBN) e Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil entre 1974 e 1989



Fonte: IBGE, Anuários Estatísticos do Brasil, 1987 a 1992, retirado de: Casamentos em tempo de crise, Berquó, E; Oliveira, M., 1992.

A partir do final da década de 1990, a conjunção de alguns fatores como o alcance da estabilidade econômica e a melhoria dos serviços de justiça impulsionaram um movimento inverso, provocando crescimento no número de casamentos, o que resultou em forte recuperação no setor de organização de festas. O novo código civil em 2002, que reduziu a burocracia e eliminou a taxa de registro para casais carentes, também influenciou positivamente o número de casamentos formais. Entre 1998 e 2007, houve um crescimento de 31,1% no número de casamentos registrados em cartórios no Brasil (IBGE, 2007). O estado do Rio de Janeiro obteve o segundo menor índice de crescimento no número de casamentos entre 1998 e 2007, chegando a 12,1%. Já em 2009, houve uma redução no número de casamentos realizados no Brasil, quebrando uma sequência de crescimento iniciada em 2002. A redução foi de 2,3%.

Os recasamentos no Brasil representaram em 2007 16,1% do total de uniões formalizadas, representando crescimento em relação ao total de 10,1% do número de recasamentos em relação ao total de uniões registradas em 1998. O IBGE realizou um estudo em 2007 (tabela 9) levantando informações sobre o registro civil no Brasil. Entre as inúmeras informações levantadas sobre a população brasileira, estão os números referentes às idades médias de homens e mulheres no ato do casamento, segmentando os resultados pelo estado civil dos mesmos.

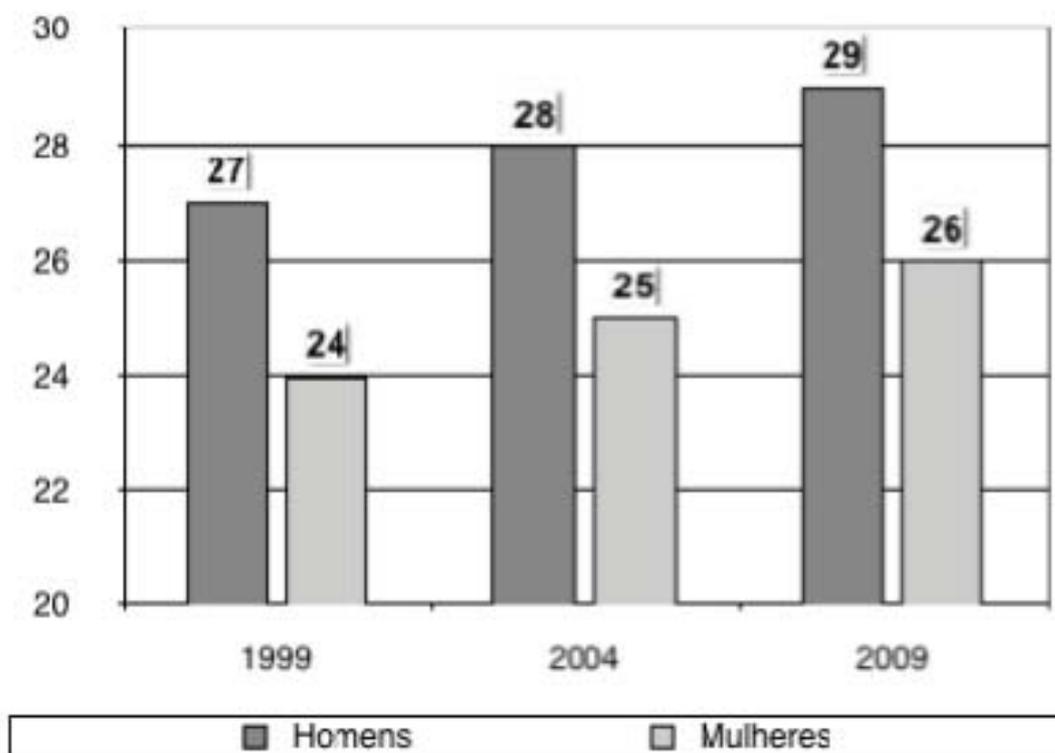
Tabela 9 - Idade média dos cônjuges ao casarem, segundo o estado civil do homem e da mulher

| Estado Civil, por sexo |                | Idade média do homem | Estado Civil, por sexo |               | Idade média do homem |
|------------------------|----------------|----------------------|------------------------|---------------|----------------------|
| Homem                  | Cônjuge mulher |                      | Mulher                 | Cônjuge homem |                      |
| Solteiro               | Solteira       | 29                   | Solteira               | Solteiro      | 26                   |
| Solteiro               | Divorciada     | 36                   | Solteira               | Divorciado    | 34                   |
| Solteiro               | Viúva          | 41                   | Solteira               | Viúvo         | 42                   |
| Divorciado             | Solteira       | 44                   | Divorciada             | Solteiro      | 38                   |
| Divorciado             | Divorciada     | 49                   | Divorciada             | Divorciado    | 43                   |
| Divorciado             | Viúva          | 54                   | Divorciada             | Viúvo         | 49                   |
| Viúvo                  | Solteira       | 58                   | Viúva                  | Solteiro      | 43                   |
| Viúvo                  | Divorciada     | 62                   | Viúva                  | Divorciado    | 50                   |
| Viúvo                  | Viúva          | 66                   | Viúva                  | Viúvo         | 57                   |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estatísticas do Registro Civil, 2007.

Quanto à idade dos noivos no primeiro casamento, a análise dos números do banco de dados de registro civil do IBGE de 1999 a 2009 mostra que homens e mulheres estão casando mais tarde, conforme detalhado no gráfico 8.

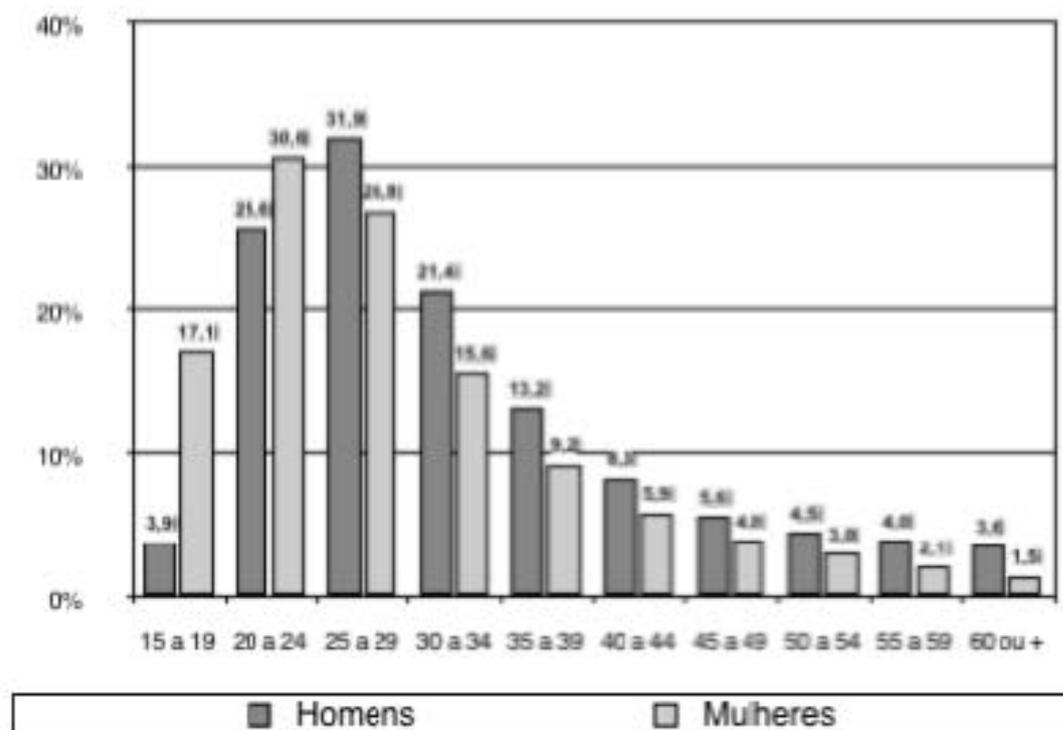
Gráfico 8 - Idade média de homens e mulheres ao casar no Brasil - comparação entre 1999, 2004 e 2009



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estatísticas do Registro Civil 1999/2009

Ao cruzar os casamentos com os grupos de idade, é possível identificar uma grande concentração dos casamentos formais tanto para homens como para mulheres na faixa compreendida entre os 20 e os 34 anos.

Gráfico 9 - Taxa de nupcialidade legal de homens e mulheres, segundo os grupos de idade em 2007



Fonte: IBGE - Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estatísticas do Registro Civil, 2007.

Somente em 2008 foram registrados pouco mais de 930 mil casamentos no Brasil (IBGE, 2009). Segundo a Associação dos Profissionais, Serviços para Casamento e Eventos Sociais – ABRAFESTA, a indústria do casamento movimenta R\$ 10 bilhões por ano. Em um único final de semana em São Paulo a preparação e execução dos casamentos envolve a participação de três mil floristas e nove mil garçons. Em média, em um único casamento, participam diretamente dos preparativos e execução, o expressivo número de 344 profissionais. Entre 2004 e 2009, o mercado de casamentos cresceu 400% (ABRAFESTA, 2009).

## **4.2. Estudo de caso: casar é fácil**

A Casar é Fácil é uma empresa que atua no segmento de casamentos, mais especificamente na organização e planejamento de cerimônias e festas. O objetivo da empresa é assessorar noivos e noivas na complexa tarefa de preparar cerimônia e festa de casamento, de forma que os noivos não precisem se envolver em detalhes, evitando o estresse comum neste momento e mantendo o foco nos outros aspectos que normalmente estão associados ao casamento, como por exemplo a mudança de residência, aspectos legais da união (mudança de nome, emissão de novos documentos, registros legais) e planejamento da viagem de lua de mel.

### **4.2.1. Histórico da empresa**

Nascida nas redes sociais, a história da empresa Casar é Fácil se confunde com a história de sua fundadora, a empreendedora Emanuelle Missura. Formada em administração pela Estácio de Sá, Emanuelle iniciou sua vida profissional aos 20 anos, como estagiária em uma das empresas do pai. Sua preocupação era estar capacitada para assumir a gestão das empresas da família, já que havia um horizonte de dez anos até a aposentadoria de seu pai. Em 2001, aos 22 anos e com uma carreira estável nas empresas da família, Emanuelle assumiu o cargo de gerente de marketing do grupo de empresas do pai.

Naquele ano, iniciou os preparativos para o seu próprio casamento. Suas lembranças de criança voltaram à tona durante os preparativos, que consumiram 24 meses. Emanuelle se envolveu tanto com os preparativos que acabou rotulada pelos amigos mais próximos como “viciada em casamentos”, embora já nutrisse aquele sonho de ter um casamento especial desde criança.

“Tudo começou quando eu era pequena. Eu sempre fui apaixonada por tudo que se referia a casamento. Lembro direitinho do casamento da minha prima: Eu devia ter uns seis anos. Ela foi a primeira prima a se casar. Ficou linda de noiva! Lembro do momento que a vi. Fiquei encantada! Meus olhos nem piscavam. Cresci com o sonho de casar, formar uma família. Comecei então, por puro hobby, a guardar em uma pequena gavetinha do meu quarto tudo relacionado a casamentos: recortes de vestidos, convites, livros, revistas etc. Minha mãe achava a maior graça! Detalhe: Nem namorado eu tinha ainda!”

Após seu casamento, Emanuelle permaneceu interessada no assunto. Surgiu então a idéia de criar uma comunidade em uma rede social com o objetivo de trocar experiências com noivas envolvidas nos preparativos de seus casamentos. Assim, em outubro de 2004, Emanuelle criou no Orkut a comunidade Casar é Fácil. Na comunidade, noivas de todo o Brasil debatiam os temas relacionados a casamento e trocavam dicas de fornecedores (fotógrafos, doceiras, estilistas, casas de festas etc). Como moderadora da comunidade, Emanuelle respondia a todas as questões relacionadas com o tema, consolidando aos poucos a imagem de especialista no assunto. Gerenciar uma comunidade requer certo grau de dedicação e Emanuelle fazia questão de manter os inúmeros tópicos organizados por temas, evitando a repetição de assuntos, o que permitia às usuárias encontrar rapidamente as informações desejadas, sem que fosse necessário varrer toda a comunidade.

A comunidade “Casar é Fácil” no Orkut cresceu rapidamente, alcançando pouco mais de três mil integrantes em seu primeiro ano de existência e o boca a boca passou a atrair os profissionais do ramo, que viam no ambiente virtual mantido pela Emanuelle, um canal para mostrar seu trabalho sem custo de divulgação e criando posteriormente uma oportunidade de entrar em contato com as noivas para o envio de orçamentos dos serviços prestados.

A comunidade crescia e atraía cada vez mais noivas e profissionais do ramo, ao mesmo tempo em que Emanuelle era constantemente solicitada para participar de programas de TV e matérias de revistas e jornais. O interesse da mídia era focado no entendimento de como uma rede social, até então vista como brincadeira de adolescentes, poderia ajudar pessoas a resolver problemas reais. Com o retorno causado pelo boca a boca sobre o sucesso da comunidade e as constantes aparições na mídia, a tarefa de gerenciar a comunidade do Orkut já tomava uma boa parte de seu dia e aos poucos ia prejudicando seu desempenho como gerente de marketing.

Aos poucos, Emanuelle passou a perceber que ali havia uma oportunidade de negócios, que aliava sua paixão pelo tema à facilidade de comunicação com potenciais clientes por meio do canal que ela própria havia criado. Mesmo com todos os indicadores apontando para uma oportunidade de realizar seu sonho de trabalhar com casamentos, Emanuelle passou um longo processo decisório. De um lado, seu pai exercia uma forte pressão para que ela assumisse de vez os negócios, e de outro, Emanuelle sentia que não conseguiria se realizar profissionalmente se não trabalhasse com casamentos. Além da pressão do pai, Emanuelle entendia que a organização de um casamento trazia grande responsabilidade, pois para as noivas, o casamento é um sonho e se um erro for cometido, o estrago seria enorme na imagem do profissional.

“Eu trabalhava na empresa da minha família como gerente de marketing, mas não era meu trabalho dos sonhos. Gostava de organizar os eventos da empresa, lidar com clientes, visitar clientes, mas eu sabia que aquilo ali não era o futuro que eu queria pra mim. Saber que eu ia ter que cuidar da empresa no lugar do meu pai nunca me deixou empolgada. Ao mesmo tempo a comunidade do Orkut crescia e cada vez mais eu estava envolvida com casamentos. Pesquisava muito e cada vez ficava mais claro que aquilo ali era o trabalho que queria fazer pro resto da minha vida.

Tinha muito medo de mexer com o sonho de uma noiva, da responsabilidade que é organizar um casamento, de falhar e largar um trabalho que dá segurança e investir em algo que você não sabe se vai dar certo, se vai conseguir ganhar dinheiro.”

Em julho de 2005, apoiada por parte da família e apesar das tentativas frustradas de seu pai em fazê-la desistir da idéia, Emanuelle decidiu seguir em frente com seu projeto, mas sem abandonar as atividades nas empresas da família: continuar como gerente de marketing e iniciar suas atividades como cerimonialista. Emanuelle entendia que adotar esta estratégia traria a tranquilidade financeira de que precisava no início, ao mesmo tempo em que manteria o caminho de volta aberto caso sua iniciativa não desse certo. Como a divulgação dos serviços de cerimonialista eram todas feitas através das redes sociais, Emanuelle precisava apenas de um telefone e uma conexão constante à internet para começar.

“No início não foi fácil, por que meu pai não me apoiou. Ele não queria que eu sáísse. Trabalhava de segunda a quinta na empresa e nas sextas e sábados me dedicava aos casamentos. Acabei saindo mesmo sem o apoio dele. Não adiantava ficar lá trabalhando com ele, só por que ele era meu pai. Foi a melhor coisa que eu fiz. Não me importava em trabalhar sábado e domingo. Quando a gente gosta do que faz, a gente trabalha mesmo.”

No mesmo dia em que tomou a decisão, Emanuelle realizou um encontro com algumas das noivas mais ativas da comunidade no Orkut. Esses encontros aconteciam em intervalos regulares de aproximadamente três meses, sempre em restaurantes, e tinham como objetivo permitir que as noivas trocassem dicas de forma mais interativa. Muitas levavam provas de doces, chocolates, fotos de vestidos ou books de fotógrafos e passavam as tardes conversando sobre seu assunto preferido. No encontro realizado em julho de 2005, já com a coragem necessária, Emanuelle anunciou que havia tomado a decisão de se tornar cerimonialista. Nascia ali o cerimonial Casar é Fácil.

“Estava indo para um encontro de noivas que sempre organizava com as integrantes mais ativas do Orkut. Falávamos sobre fotografia, doces, bolo etc. Sempre assuntos relacionados a casamentos. Nesse dia anunciei para as meninas que tinha tomado coragem que iria começar a trabalhar com casamentos, como cerimonialista. Para minha grande surpresa, uma noiva que estava lá falou no mesmo momento: ‘Se você vai mesmo ser cerimonialista, quero te contratar agora’. Foi muito engraçado porque eu não tinha contrato, não sabia que preço cobrar. Só sabia que queria muito fazer esse trabalho e começar de alguma forma. A noiva que me contratou me deixou super à vontade, dizendo que sabia que seria o meu primeiro casamento, e que confiava muito no meu potencial.”

O susto que levou ao fechar o primeiro casamento durante o encontro de noivas da comunidade acabou fazendo com que Emanuelle percebesse o quando estava despreparada para se lançar ao mercado. Sem saber como ia cobrar, quais serviços iria realizar e como seria o dia a dia acompanhando suas noivas, a empresária concentrou seus esforços em resolver todas as questões pendentes. A consequência disso foi perceber que lidar com duas carreiras paralelas não seria fácil. Como até então encarava os casamentos como uma atividade complementar, a empresária tinha receio de que o novo negócio crescesse num ritmo que fugisse ao seu controle. A comunidade, no entanto, atuava como um catalisador de novos negócios, trazendo noivas em uma velocidade maior do que a empresária poderia imaginar.

Em agosto de 2006, já envolvida com os preparativos de vários casamentos, embora ainda não tivesse realizado nenhum, uma vez que as noivas normalmente contratavam os serviços de cerimonialista com bastante antecedência (podendo chegar a dois anos antes do dia da cerimônia), a empresária, ao ser entrevistada por uma revista especializada em casamentos, foi convidada para escrever uma coluna fixa, com periodicidade trimestral.

“Recebi uma ligação da Luciana Bittencourt, editora da revista Noivas Rio de Janeiro. Ela queria me entrevistar por causa do sucesso que a comunidade do Orkut estava tendo. Nosso bate papo foi tão bom que ali mesmo a Lu sugeriu que eu escrevesse uma coluna na revista. Fiquei super orgulhosa. A coluna teve um papel muito importante na minha carreira. Ainda nem tinha realizado um casamento e já era colunista. É o tipo de impulso de que todo novo profissional precisa.”

Ser colunista de uma das revistas especializadas em casamentos mais vendidas do Rio de Janeiro trouxe visibilidade para seu trabalho. Pela primeira vez, a empresária conseguia um espaço fixo em uma mídia tradicional, obtendo ainda uma pequena receita trimestral. A empresária se deu conta das vantagens de estar presente em vários canais de comunicação, o que, segundo ela, produzia um efeito cascata, em que cada canal potencializava o outro. Somando-se a isso sua presença constante na internet e as entrevistas a jornais, a empresária sentia que tinha toda a visibilidade de que necessitava, mantendo sua estratégia de não investir em anúncios ou publicidade paga.

Em dezembro de 2006, já estava totalmente envolvida com o cerimonial, enquanto ainda dividia seu tempo entre a empresa da família e os preparativos dos primeiros casamentos que havia sido contratada para organizar, Emanuelle decidiu deixar as empresas da família e se dedicar exclusivamente à atividade de cerimonialista. Trabalhando em um escritório improvisado em casa, atendia às noivas de várias formas: telefone, e-mail e reuniões presenciais ou virtuais (via skype).

“Resolvi arriscar e começar do zero. Já tinha algumas noivas e já estava envolvida com os primeiros casamentos. Achei que poderia ter mil dificuldades, mas tudo correu bem, graças a Deus. Foi ótimo. Finalmente me encontrei e hoje sou uma pessoa muito realizada profissionalmente.”

O ano de 2007 mostrou a importância da internet para a Casar é Fácil. Sua presença na rede mundial de computadores impulsionou a empresa por meio de uma rápida divulgação do trabalho realizado pela empresária. Sem qualquer investimento em mídias pagas, Emanuelle saltou de dois casamentos realizados em 2006 para dezoito casamentos realizados em 2007. Neste momento, a comunidade de Orkut já funcionava de forma sustentável, dado que as próprias noivas produziam um vasto conteúdo diariamente. No entanto, mesmo com exposição acima de suas expectativas iniciais e ampla presença na internet, ela

sentia falta de ter um canal exclusivo, em que pudesse publicar conteúdo relacionado ao mundo dos casamentos em intervalo de tempo menor do que a publicação de sua coluna na revista, que possuía edições trimestrais e com mais exclusividade do que dispunha na sua própria comunidade no Orkut (anexo 7).

“É muito engraçada a relação das noivas com a comunidade Casar é Fácil do Orkut. Quem está lá desde o início aceita tranquilamente quando publico algum evento da Casar é Fácil, mas quem chegou depois acha invasivo. Acho que rede social é assim mesmo: as comunidades não têm um só dono e por isso você não é bem visto quando usa a comunidade pra divulgar seu trabalho. Com a Casar é Fácil foi a mesma história: Perdi espaço na minha própria casa! Realmente estava na hora de ter um canal só meu”

Buscando ter um canal com perfil corporativo, a empresária criou o website Casar é Fácil <<http://www.casarefacil.com.br>>, com o objetivo de apresentar um descritivo dos serviços prestados, além de prover meios de contato para as potenciais clientes. Mesmo tendo presença ativa no Orkut, a política de acesso vigente na época não permitia a criação de perfis profissionais e, por este motivo, a presença da empresária no Orkut se dava pelo uso de seu perfil pessoal, devidamente adaptado para indicar seu trabalho como cerimonialista.

Em fevereiro de 2008, Emanuelle criou o blog Casar é Fácil <<http://casarefacil.blogspot.com>>, canal onde passou a publicar conteúdo com frequência muito maior do que em sua coluna na revista, chegando a publicar novos posts a cada três dias. Ao contrário das colunas publicadas na revista, em que escrevia sobre tendências e assuntos específicos, o blog permitia a descrição detalhada dos preparativos de cada casamento da Casar é Fácil, além de dicas rápidas sobre temas variados como por exemplo, músicas para cerimônias, e com a vantagem de permitir links para que as leitoras pudessem ouvir as músicas, hospedadas em sites como Youtube. O blog permitia também que Emanuelle recebesse feedback instantâneo das leitoras do blog, o que não seria possível numa mídia tradicional. Essa interação com as noivas, além de reforçar a imagem de especialista no assunto, ampliava ainda mais sua base de atuação, trazendo noivas de outras cidades vizinhas do Rio de Janeiro, como Petrópolis, Itaipava e Búzios.

“Comecei a perceber que a comunidade do Orkut cresceu demais e eu comecei a me sentir tolhida de falar na minha própria comunidade sobre os casamentos da Casar é Fácil. Aí decidi que seria interessante ter um blog para que eu pudesse falar dos meus casamentos, detalhar como se fosse um diário. Sábado fazia o casamento e domingo já postava no blog como tinha sido, os detalhes importantes da cerimônia, os detalhes diferentes da festa, a animação e a idéia inicial era essa: falar sobre os meus casamentos, mas depois percebi que poderia criar posts para falar de assuntos que cercam o mundo casamentício, mas que dificilmente saem em revistas. Pesquisei muito em sites americanos e acho que esse é um dos motivos do sucesso do blog.”

O crescimento da comunidade do Orkut, embora fizesse com que a empresária se sentisse menos livre para escrever sobre os casamentos que realizava, ao mesmo tempo ajudou a tornar seu nome mais conhecido no mercado. A história da Casar é Fácil e a forma como as noivas trocavam informações mantinham em alta o interesse da mídia, que frequentemente produzia matérias sobre o uso da internet como ferramenta facilitadora no preparativo de casamentos. A empresária, além de matérias em jornais de grande circulação e programas de rádio, foi convidada a participar de alguns programas de televisão (Jornal Hoje da Rede Globo, Jornal Bom dia Rio da Rede Globo e Programa Sem Censura, da TV Cultura), sempre com o objetivo de fornecer dicas (anexos 4, 5, 6 e 9). A empresária disponibilizou os vídeos de sua participação nos programas no website Youtube, e promoveu a ligação das páginas do Youtube com seu blog e website. O objetivo era maximizar a visualização dos vídeos e reforçar a imagem da empresária como referência no mercado de casamentos.

Além da presença nas mídias tradicionais, Emanuelle também recebia convites de outros blogs e sites para dar entrevistas, sempre contando a história da comunidade e dando dicas sobre os preparativos, destacando os principais desafios das noivas, como por exemplo: como montar um cronograma, quais músicas escolher, qual a ordem de entrada dos pais e padrinhos etc.

Suas aparições na mídia impulsionaram ainda mais o blog e por meio de ferramentas de monitoramento de audiência, a empresária descobriu que o blog era acessado por leitoras de mais de quatrocentas cidades do Brasil e de pouco mais de cem países (anexos 1 e 2). A esmagadora maioria dos acessos realizados de fora do Brasil vinha principalmente de países com forte presença de brasileiros, como Estados Unidos, Alemanha, Portugal, França e Itália. A exposição do blog fora do Brasil abriu uma oportunidade que a empresária não havia previsto: a

Casar é Fácil aos poucos ganhou uma carteira de clientes de fora do Brasil que, em sua maioria, eram noivas brasileiras, morando no exterior, mas que pretendiam realizar o casamento no Brasil e precisavam de ajuda para cuidar dos preparativos à distância.

“Fiz um post no meu Blog sobre casamentos a distância. Acho que foi assim que as noivas que moram fora me encontraram. Como tenho uma presença grande na internet, o Google também acaba trazendo muitas noivas. Elas procuram por cerimonialistas e sempre apareço nos primeiros resultados. São casamentos bem interessantes, bem diferentes. Já tive noivas da Holanda, Noruega, Suíça, Itália, Estados Unidos e Alemanha. Com as noivas de fora do Brasil, o contato é praticamente o tempo todo por e-mail. Troco uma grande quantidade de e-mails com elas. Uso muito o Skype também. Tenho uma noivinha que mora na Noruega e organizamos tudo praticamente por e-mail. Quando ela vem ao Brasil procuro ficar bem próxima dela. Fecho minha agenda e ficamos resolvendo as pendências. Faço um cronograma com tudo que falta. Toda oportunidade de estar com uma noiva que mora fora tem que ser aproveitada. Minhas noivas sempre me elogiam por que respondo os e-mails muito rápido. Pra quem está fora do Brasil, isso é sinal de atenção. Dá muito mais trabalho, pois tenho que cuidar pessoalmente de tarefas que normalmente são da noiva, desde fechar contratos até realizar pagamentos.”

Em agosto de 2008, a empresária aliou o conhecimento sobre o tema ao alcance nacional do blog para escrever um livro com dicas para os preparativos de casamentos. O livro “Casar é MUITO Fácil - 500 dicas para acertar no grande dia” foi lançado no Rio de Janeiro, em parceria com a editora da revista em que escrevia a coluna trimestral, vendendo doze mil exemplares nos primeiros nove meses após o lançamento. O livro alcançou leitoras em todo o Brasil, transformando-se em oportunidade de gerar receita fora do estado do Rio de Janeiro, onde Emanuelle concentrava até então praticamente todas as suas noivas.

“A revista em que escrevo minha coluna me procurou querendo lançar um livro de dicas para os preparativos do casamento. Resolvemos então juntar as dicas que eu postava na comunidade do Orkut, as dicas que eu postava no blog e as dicas que saíram em todas as edições da revista. Escrevi em parceria com a Luciana Bittencourt, editora da revista. Foi uma idéia muito legal, até por que não existia nada parecido nas livrarias. Juntamos o útil ao agradável: são quinhentas dicas corridas, de tudo quanto é assunto, de bolo até madrinhas. Escrevemos em três meses. Não foi fácil revisar, mas o resultado final ficou muito bom. Fiquei espantada e orgulhosa ao saber que muitas cerimonialistas compraram o livro para usar como guia.”

Imagem 1 - Foto das autoras no coquetel de lançamento do livro Casar é Muito Fácil



O ano de 2009 marcou a consolidação do Blog Casar é Fácil como a principal ferramenta de comunicação da empresária com noivas em busca de cerimonialista. Conforme a quantidade de posts aumentava, maior era a quantidade de acessos do blog, muito em função das estratégias de indexação a partir do Google: a empresária realizou um estudo para descobrir qual a melhor forma de apresentar o conteúdo no blog, a fim de maximizar a exposição na ferramenta de busca do Google. A utilização de marcadores indicando os assuntos mais comentados resultou em um aumento no número de pageviews (quantidade de páginas acessadas de um site) em 30%, o que indica que os marcadores funcionaram como um método para reter os usuários, fazendo com que eles consumissem mais páginas ao invés de ler apenas a página principal do Blog. Como ferramenta de monitoramento da audiência, a empresária utilizava o Google Analytics para coletar as seguintes informações:

- 1) Quantidade de acessos por período (dia, mês etc);
- 2) Tempo médio gasto no site;
- 3) Posts mais acessados;
- 4) Cidade / país de acesso ao site;
- 5) Página de origem dos usuários;
- 6) Ferramentas de busca mais utilizadas;
- 7) Palavras-chave mais utilizadas na busca;

Ainda em 2009, Emanuelle decidiu entrar no Twitter, o microblog que ao longo de 2009 teve uma explosão no número de acessos no Brasil, chegando a 5 milhões de usuários (Doubleclick, 2010). Na visão da empresária, o Twitter serviria como um canal de comunicação mais direto com as noivas e todas as pessoas que acompanhavam seu trabalho, além de permitir que suas mensagens fossem replicadas por seus seguidores, impulsionando ainda mais o número de acessos ao Blog. Sempre que havia novidades no Blog, a empresária utilizava o twitter para divulgar o novo post aos seguidores. Muitas noivas enviavam mensagens rápidas via Twitter, o que era mais rápido e barato do que fazer uma ligação por celular. Cabe lembrar que estatísticas mostram que 80% dos usuários do Twitter o acessavam por meio de dispositivos móveis como smartphones e I pads (Qualman, 2009).

No início de 2010, a empresária percebeu uma mudança no perfil dos usuários que frequentemente acessavam a comunidade do Orkut. Mesmo sem números que comprovassem sua suspeita, ao realizar uma rápida pesquisa com suas noivas, Emanuelle descobriu que suas potenciais clientes das classes A e B estavam migrando do Orkut para o Facebook. A empresária decidiu iniciar uma estratégia de transição entre as duas redes sociais, iniciada a partir da criação de um perfil pessoal no Facebook para entender melhor a dinâmica da nova rede. A empresária via no Facebook a oportunidade de seguir suas potenciais clientes, enquanto poderia também manter um perfil corporativo do cerimonial, ao mesmo tempo em que iria encerrando suas atividades no Orkut.

Mantendo uma estrutura enxuta, a empresária continuou a utilizar as redes sociais como canal principal de divulgação de seu trabalho. Além das redes sociais, contava ainda com o livro e a coluna na revista como formas de divulgação. A empresária mantinha-se firme na idéia de não utilizar mídias pagas para divulgar seus serviços, o que permitia manter uma margem de lucro consideravelmente alta, uma vez que o custo fixo era muito baixo, em função da ausência de investimentos em mídias pagas e por meio da utilização de sua residência como escritório.

Para a empresária, as redes sociais representavam mais do que apenas um canal para divulgação do seu trabalho. Desde o início, as redes sociais foram usadas pelas Casar é Fácil como uma ferramenta de comunicação direta com as noivas. A empresária acreditava que estar disponível online por meio de várias ferramentas permitia que ela pudesse se comunicar de forma objetiva e rápida com suas noivas, respeitando os canais preferenciais de cada uma. A empresária utilizava um smartphone conectado o tempo todo à internet com recebimento em tempo real de e-mails e com vários aplicativos de redes sociais instalados.

“Eu uso bastante as redes sociais como ferramenta de comunicação com as minhas noivas. Usava mais o Orkut, mas agora minhas noivas estão no Facebook e sempre estou trocando mensagens com elas no bate papo. Já o Twitter é o tempo todo. Uso muito aquelas mensagens diretas, por causa da privacidade. Às vezes estou na rua e preciso falar rápido com uma noiva e então mando uma mensagem privada ou uma mensagem do Facebook direto do meu celular.”

A empresária acreditava que existiam alguns tipos de informação mais adequados para envio por meio de mensagens de texto de celular do que se fossem ditas em uma ligação telefônica tradicional, tais como: telefones de fornecedores, quantidades de bebidas, endereços úteis e mudanças em listas de convidados. Essas informações ficavam registradas para consulta posterior pelas noivas, evitando sobrecarga de contatos com os clientes. Ainda segundo a empresária, o que era dito em uma ligação telefônica ficava perdido na memória e a informação acabava se perdendo com mais facilidade.

“Vejo muitas vantagens na comunicação por meios eletrônicos, mas em um aspecto a comunicação digital perde muito: Em vários momentos me pego tentando entender o sentido de uma mensagem no Twitter. Como temos só 140 caracteres pra escrever, acabo sintetizando demais a idéia e muitas vezes acabo ligando pra noiva pra não deixar dúvidas. Mesmo com e-mail você precisa ter um atenção especial. É muito difícil perceber sentimentos como ansiedade numa mensagem dessas. E como cerimonialista preciso estar atenta a isso, afinal sou a psicóloga de plantão das minhas noivinhas.”

Segundo a empresária, sua estratégia de permanecer constantemente disponível para consulta pelas noivas trazia benefícios, mas também problemas. Era muito comum receber ligações nos finais de semana e até mesmo em feriados. Como a empresária não limitava o acesso, algumas pessoas se sentiam no direito de entrar em contato a qualquer hora.

“Estou sempre disponível via telefone e internet, mas de vez em quando passo por umas situações complicadas: tem noiva que me liga domingo, feriado etc. Acho que algumas pessoas pensam que sou que nem médico. Se ainda fosse uma emergência tudo bem, mas a dúvida sobre a quantidade de doces para um determinado número de convidados pode esperar até o dia seguinte, até porque o fornecedor não vai fazer reservas ou aceitar pedidos tarde da noite.”

Outro fator que merecia atenção era a quantidade de contatos que a empresária recebia de pessoas solicitando cursos para cerimonialista.

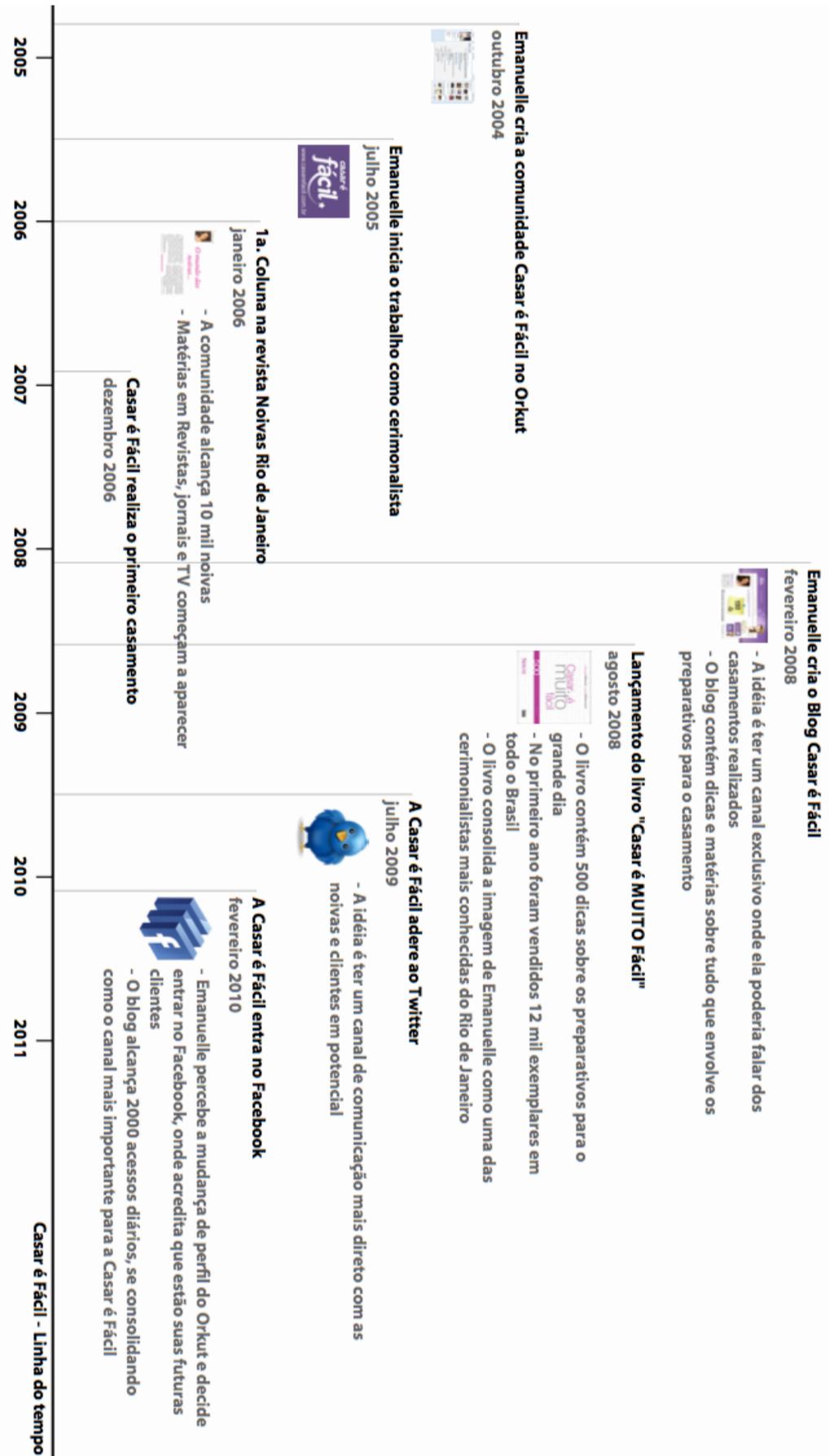
“Sempre recebo e-mails de pessoas perguntando se ministro cursos de cerimonialista no Rio e em outros estados. Vejo isso como uma forma de elogio, afinal essas pessoas me veem como referência e de alguma forma as noivas devem me ver assim também. Nunca realizei um curso de cerimonialista, mas não descarto não. Acho que pode ser muito legal, embora eu não queira entrar em muitos detalhes de como funciona minha estratégia de internet. Acho que ainda levo alguma vantagem pois muita gente ainda não percebeu como a internet é poderosa e como pode alavancar a carreira de alguém.”

A tabela 10, mostrada a seguir apresenta um breve resumo das ações da Casar é Fácil nas mídias sociais, e os respectivos benefícios para o negócio. É importante notar que parte dos benefícios foi alcançada de forma indireta, ou seja, sem a intenção de produzir o resultado conseguido.

Tabela 10 - Ações da Casar é Fácil nas mídias sociais e seus benefícios

| Ação   | Benefício   |
|--|---|
| Criação da comunidade Casar é Fácil no Orkut | Como primeira experiência da empresária nas mídias sociais, a criação da comunidade no Orkut a posicionou como conhecedora do tema casamento, fazendo com que noivas a procurassem em busca de aconselhamento, o que culminou na criação da Casar é Fácil.  |
| Criação do Blog Casar é Fácil                | Ajudou a consolidar a imagem da empresária como referência nos assuntos relacionados a casamentos, uma vez que o blog permite a livre exposição de ideias em um ambiente controlado (com moderação de comentários dos leitores) e de fácil e rápida indexação por ferramentas de busca como Google, Yahoo e Microsoft Bing. |
| Adoção do Twitter                            | Promoveu uma aproximação da empresária com potenciais clientes, por meio do uso do Twitter como ferramenta de divulgação dos posts do blog. Além disso, o Twitter tornou a comunicação com as clientes mais imediata, substituindo em grande parte o uso do e-mail.   |
| Adoção do Facebook                           | Permitiu que a Casar é Fácil se aproximasse do seu público alvo, uma vez que a empresária identificou que um número considerável das suas clientes havia migrado do Orkut para o Facebook.  |

Figura 5 - Linha do tempo com os principais marcos da Casar é Fácil



#### 4.2.2. Operações da empresa

O trabalho de cerimonialista exigia atenção aos mínimos detalhes. Uma festa de casamento envolvia a participação de aproximadamente trinta profissionais, desde a equipe de limpeza, passando pelo DJ da festa até o responsável pelo vestido da noiva. Alguns casamentos eram tão complexos que envolviam a participação de mais de um fornecedor para o mesmo tipo de serviço, como doces e bebidas. Segundo a empresária, nada podia sair errado, pois o casamento é a realização de um sonho e é por isso que o trabalho exigia tanta dedicação. No dia do casamento, a cerimonialista agia então como uma espécie de maestro, sendo responsável por garantir que todos os fornecedores realizassem seu trabalho sem interferências, sempre de acordo com o previamente combinado com a noiva.

“As noivas sempre me procuram com bastante antecedência. Muitas vezes fecho contratos faltando mais de um ano para a realização do casamento. A maior parte das noivas contrata primeiro o salão de festas e acerta com a igreja. A partir daí, sou responsável por identificar o perfil dos noivos e em função disso, recomendar os fornecedores na ordem que eles precisam contratar e é claro, sempre dentro do orçamento do casal. Como as pessoas estão casando cada vez mais tarde, tenho percebido que os noivos agora é que pagam pelo casamento, e por isso muitas delas acabam cuidando sozinhas dos preparativos, para tentar economizar. Para essas, sempre aviso que o barato pode sair caro, pois com a falta de tempo, as noivinhas acabam deixando tudo pra última hora. Alguns profissionais são tão requisitados, que não há como encontrar uma data livre com menos de 6 meses de antecedência da data do casamento. Imagine então ter que encaixar os profissionais que a noiva sonha em ter ao lado dela no grande dia com a data que ela escolheu para casar. É um trabalho enorme! E essa é a grande vantagem de contratar um cerimonialista: Resolvo tudo isso sem que a noiva tenha que se estressar.”

A Casar é Fácil oferece dois tipos de serviços:

- 1) Cerimonial do Dia: Tratava-se um serviço considerado parcial pela empresária, pois mesmo quando contratado com antecedência, envolve a participação apenas na semana do casamento, momento em que eram combinados os detalhes finais. A seguir um breve descritivo das atividades que compunham o serviço:
  - 1.1. Criação junto aos noivos de uma programação e roteiro da cerimônia e festa;
  - 1.2. Ensaio com noivos, pais, damas e pajens na semana do casamento;
  - 1.3. Confirmação com todos os profissionais contratados na semana do casamento;
  - 1.4. Organização do cortejo de padrinhos, pais, noivo, damas, pajens e noiva;
  - 1.5. Organização dos cumprimentos após a cerimônia;
  - 1.6. Recepção e controle da entrada e saída dos convidados na festa;
  - 1.7. Reserva de mesas para a família da noiva e do noivo;
  - 1.8. Recepção e controle da entrada e saída dos convidados;
  - 1.9. Etiquetagem de presentes recebidos;
  - 1.10. Acompanhamento e organização da sessão de fotos, brindes e corte simbólico do bolo;
  - 1.11. Orientação e acompanhamento do buffet e serviço dos garçons;
  - 1.12. Distribuição de brindes e lembrancinhas;
  - 1.13. Controle e contagem de bebidas no final do evento;
  - 1.14. Entrega de caixa de doces, bem casados e chocolates para os noivos ao final da festa;
  - 1.15. Prestação de contas com os noivos no final do evento de todo os itens portáteis. (bolo, doces, bebidas, bem casados, chocolates etc).

2) Cerimonial Completo: O serviço completo implicava a participação da empresária em todas as etapas dos preparativos, desde o momento da contratação até a realização da cerimônia, seguida ou não de festa. A não ser em situações especiais, previstas em contrato, como doença ou algum imprevisto, era a empresária quem coordenava a execução dos serviços no dia do casamento. O plano completo incluía todos os itens listados no plano para o dia e outros específicos, conforme descrição a seguir:

- 2.1. Reunião inicial para conhecer o estilo do casamento, os sonhos e expectativas dos noivos;
- 2.2. Assessoria na indicação e contratação de todos os serviços e fornecedores do casamento;
- 2.3. Indicação de decoradores para elaboração da decoração da festa;
- 2.4. Solicitações de orçamentos e cronograma das contratações;
- 2.5. Contato direto com a cerimonialista (em horário comercial) para tirar qualquer dúvida, através de telefone e e-mail.

Além dos itens já inclusos nos serviços, a Casar é Fácil oferece pacotes opcionais, em parceria com outros fornecedores, para ambos os planos, conforme detalhado a seguir:

- 1) Contratação de equipe de recepcionistas treinadas de acordo com o número de convidados;
- 2) RSVP (passivo e ativo) para todos os convidados da lista;
- 3) Website dos noivos com todas as informações do casamento e confirmação de presença;
- 4) Setorização.

Embora contasse com o apoio de colaboradores, toda a comunicação com a noiva era feita diretamente pela empresária, que atribuía parte do seu sucesso a essa prática.

“Meus concorrentes trabalham de forma diferente. Na hora de fechar contrato você conversa com a cerimonialista, mas depois passa a ter contato apenas com a secretária e só vê a cerimonialista de novo no grande dia. Faço questão de atender diretamente todas as minhas noivas. Cerimonialista tem que estar disponível sempre. Sou mãe, amiga, confidente e psicóloga. Temos uma relação de confiança que quase sempre termina em amizade.”

O website da Casar é Fácil possui como objetivo prover informações detalhadas sobre o trabalho da cerimonialista por meio de um descritivo completo das atividades realizadas durante a fase de preparativos e durante a realização da cerimônia e festa. Além da parte comercial, a empresária disponibiliza links em seu website para as fotos dos eventos realizados pela empresa. As fotos são armazenadas na rede social Flickr, própria para publicação de conteúdos deste tipo. O Flickr permite que seus usuários assinem o feed da página de fotos da Casar é Fácil, recebendo alertas quando há chegada de novas fotos dos casamentos realizados. Além disso, há a possibilidade de realizar comentários e compartilhar cada foto com amigos, o que mais uma vez promove uma divulgação da marca Casar é Fácil na internet.

Imagem 2 - Website da Casar é Fácil

[BLOG](#) [FOTOS](#) [COMUNIDADE](#)


Nós trabalhamos para você se divertir

[QUEM SOMOS](#) [SERVIÇOS](#) [DICAS](#) [COLUNAS](#) [CONTATO](#)

**Olá Noivas.** A Casar é Fácil é a empresa especializada em casamentos da cerimonialista Emanuelle Missura. Aqui você pode conhecer a nossa **história**, conhecer nossos **serviços**, ler nosso **Blog**, ver **dicas**, ver as **fotos** dos nossos casamentos, e, é claro, **entrar em contato**.

### Últimas do **Blog** da Casar é Fácil

**Vale muito a pena realizar os nossos sonhos**



**Eternamente Noiva**

Semana passada a Camila Benvenuto (noivinha que eu adoro) enviou um e-mail contando que tinha começado um blog sobre casamento. Achei o maior barato! Só quem tem blog sabe o quanto é gostoso bloggar e ter um cantinho onde a gente pode falar sobre tudo que a gente mais curte. Eu adoro acompanhar blogs! Tenho vários no meu bookmark e cl...

[f](#) [t](#)

---

**Decorações de casamento em vermelho.**



Vermelho é uma cor MEGA vibrante e forte.

Combinações que ficam interessantes:

Vermelho com branco Vermelho com laranja  
 Vermelho com rosa  
 Vermelho com marrom  
 Vermelho com preto  
 Vermelho com verde  
 Vermelho com dourado  
 Vermelho com prata  
 Vermelho com roxo

Vejam as fotos abaixo:

Referências: The Knot, Style me pretty  
 Quem escolheu o vermelho para...

### Nossos Casamentos



**VEJA TODAS AS FOTOS** [➔](#)

### Depoimentos

“Elas me dão atenção sempre que preciso, trocamos idéias sobre tudo. Recomendo! Vocês podem contratá-las de olhos fechados.”

- Daniela Vitagliano

“As meninas têm sido super atenciosas, se preocupando em acompanhar meus preparativos e esclarecer dúvidas. Elas fazem isto por pura paixão pelo trabalho.”

- Anamaria Mendes

“Foi a 1ª coisa que fechei e não me arrependo em nada. São atenciosas, profissionais, e têm super bom gosto. Não é a toa que estão fazendo cada vez mais sucesso.”

- Patrícia Gilaberte

O primeiro contato da noiva com a Casar é Fácil era realizado principalmente a partir de um e-mail, normalmente enviado por meio da página “Fale Conosco” do website da empresa. Por meio do e-mail, a noiva solicitava maiores informações sobre os serviços realizados, preços e condições gerais. O formulário de envio de e-mail continha campos que deviam ser obrigatoriamente preenchidos com informações sobre o evento, como por exemplo: data, local, quantidade de convidados, telefone e e-mail para contato. Para minimizar as dúvidas, havia uma área no website da Casar é Fácil descrevendo os serviços, o que facilitava o entendimento das noivas quanto às opções disponíveis.

O objetivo da empresária era responder às solicitações de orçamento em no máximo 24 horas, e, portanto, todos os e-mails eram redirecionados para o seu smartphone.

“Hoje em dia as noivas estão 100% conectadas. Quando enviam e-mail, querem uma resposta imediata. Tenho como meta responder em no máximo 24 horas, mas normalmente respondo em minutos. Recebo muitos elogios por isso, mas tenho que confessar que minha vida gira em torno do meu Blackberry. Mesmo quando viajo de férias, preciso ficar conectada o tempo todo. Quem pede orçamento não sabe que estou viajando e não acho que seja simpático colocar essa informação no meu site. Pode parecer coisa de amador. Tenho pensado muito se vale a pena colocar as datas livres no site para reduzir a quantidade de e-mails que recebo diariamente. Tenho dois problemas com essa ideia. Primeiro não quero abrir minhas datas para meus concorrentes e, depois, acredito que quando uma noiva quer muito o meu cerimonial, basta uma boa conversa pra ela mudar de data. Já passei por isso algumas vezes e acho que a informação no site poderia fazer com que a noiva nem entrasse em contato comigo.”

A Casar é Fácil não realizava eventos simultâneos, embora a empresária recebesse regularmente vários pedidos de orçamentos para uma data já reservada para outra noiva. A empresária entendia que poderia expandir o seu negócio, mas o receio de perder o controle e conseqüentemente reduzir a qualidade dos serviços ofertados fazia com que evitasse aumentar a equipe da Casar é Fácil. Segundo a empresária, muitas noivas acabavam conhecendo a Casar é Fácil por meio do Blog e apenas em um segundo momento, quando pretendiam entrar em contato para pedir informações, acessavam o website oficial. O Blog não possuía um formulário para pedido de informações, no entanto, havia um link promovendo o redirecionamento para a página “Fale Conosco” do website oficial. Por meio da utilização da ferramenta de monitoramento Google Analytics, a empresária descobriu que o acesso ao Blog era em média 70% maior do que o do website da empresa, o que poderia indicar a importância das dicas disponíveis no Blog.

Imagem 3 - Blog da Casar é Fácil

**casar é fácil**  
www.casarefacil.com.br

O BLOG DA CERIMONIALISTA  
EMANUELLE MISSURA

SITE | BLOG | FOTOS | COMUNIDADE

Mostrando postagens mais recentes com o marcador **Casamentos**. [Mostrar postagens mais antigas](#)

### Casamento da Amanda e do Rafael

quarta-feira, 8 de setembro de 2010

*Segue uma foto da Amanda. Ela não é linda?*

É impressionante como o destino nos leva até as pessoas... Conheci a Amanda no casamento da **Paulinha**. Um padrinho veio falar que precisava me entregar uma caneta para a hora das assinaturas. Quando olhei, era o Rafael! Estudamos juntos no colégio Princesa Isabel e foi um coincidência encontrá-lo no casamento da Paulinha. Mal eu sabia que as coincidências estavam apenas começando... O Rafa ficou tão empolgado com o casório que pediu a Amanda em casamento no final da festa!

O tempo passou e recebi um e-mail de uma noiva dizendo que tinha entrado no meu blog e tinha gostado do meu trabalho. Era a Amanda, noiva do Rafael! Ela, sem ligar nome a pessoa, comentou com o Rafa que tinha gostado do meu site e foi então que ele falou que era a mesma cerimonialista que tinha organizado o casamento da Paulinha! Ela ficou mega empolgada e nem preciso dizer que nossa reunião foi sensacional, né? A Amanda tem um astral incrível! Hoje em dia é até difícil encontrar pessoas tão alegres e empolgadas como ela.

**QUEM SOU EU**

Meu nome é **Emanuelle Missura**, sou administradora de empresas por formação e **cerimonialista** de casamentos por paixão. A Casar é Fácil começou em 2004 como uma comunidade do orkut e mais tarde virou cerimonialista de casamento. Além de ser cerimonialista, sou **colunista** da revista Noivas Rio de Janeiro e **autora** do livro "Casar é MUITO Fácil". Digo, com muita alegria, que **AMO** o meu trabalho!!!

Entre em contato comigo:

[casarefacil@casarefacil.com.br](mailto:casarefacil@casarefacil.com.br)

Quer pedir um orçamento para o cerimonial do seu casamento?  
[Clique aqui!](#)

**TODOS OS MEUS POSTS...**

- ▶ 2008 (107)
- ▶ 2009 (150)
- ▼ 2010 (63)
  - ▶ Janeiro (7)
  - ▶ Fevereiro (7)
  - ▶ Março (6)
  - ▶ Abril (9)
  - ▶ Maio (10)
  - ▶ Junho (9)

**COMPARTILHE NO FACEBOOK**

Facebook: Marcos Garrido, Daud Pacha and 66 others like this. Unlike

**PESQUISE AQUI POSTS SOBRE:**

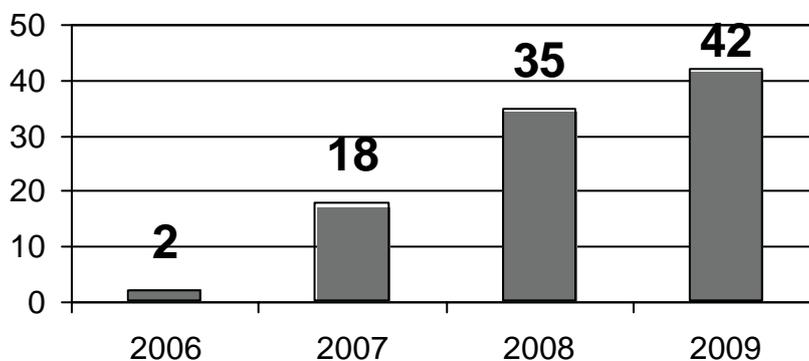
- A Casar é Fácil (9)
- Bolo e doces (4)
- brindes de casamento (2)
- buquê (2)
- Cais do Oriente (1)
- Caligrafando o convite (1)
- Candelária (1)
- Capela da Puc (2)
- Capela de Santa Teresinha (4)

Buscando se manter à frente da concorrência na participação em novas mídias, em novembro de 2010 a Casar é Fácil disponibilizou gratuitamente na Apple Store o primeiro aplicativo sobre o tema casamento do Brasil, desenvolvido para funcionar em iPhones e iPads (anexo 8). O aplicativo era uma versão eletrônica, na íntegra, do livro "Casar é MUITO Fácil". A criação do aplicativo não gerou custos para a empresária, pois seu desenvolvimento foi fruto de uma parceria com uma pequena empresa de softwares em busca de visibilidade para conseguir seus primeiros clientes no mercado de livros eletrônicos. Além das dicas do livro, o aplicativo permitia o acesso aos textos do blog e oferecia opções de contato com a empresária para pedido de orçamento.

### 4.2.3. Desempenho da empresa / resultados obtidos

Em 2008, a Casar é Fácil realizou 35 casamentos, apenas um casamento abaixo do número que a empresária considerava como limite para trabalhar com qualidade em função da estrutura que possuía e da característica que envolve a contratação de profissionais de casamento e em especial, as cerimonialistas: as noivas buscavam a contratação do profissional com a garantia de que ele estivesse fisicamente presente no casamento, o que tornava a contratação de equipes secundárias pouco aceita pelos clientes, embora houvesse uma procura considerável. A empresária, desde o início, definiu que, mesmo tendo no futuro uma equipe de back-office, permaneceria responsável por todo o contato com o cliente e também pela realização do serviço de cerimonial no dia do casamento. Emanuelle apontou essa decisão como um dos fatores de diferenciação em um mercado em que os profissionais tendiam a oferecer equipes secundárias por preços menores.

Gráfico 10 - Total de casamentos realizados por ano pela Casar é Fácil



■ Casamentos

Fonte: Emanuelle Missura

Ciente do limite imposto para manter a qualidade na prestação de serviços, a empresária considerava que sua única ferramenta para regular a demanda era o reajuste de preços. Nos três primeiros anos de trabalho no ramo de casamentos, reajustou o preço de seus serviços progressivamente, partindo de R\$ 900,00 cobrados pelo primeiro casamento em 2006, chegando ao total de R\$ 9.000,00 para os casamentos fechados em 2010. Segundo a empresária, sua inabilidade em formar o preço inicial forçou uma subida de preços mais rápida no primeiro ano. Do segundo ano em diante, o reajuste de preços seguiu a estratégia de regular a demanda, subindo o preço sempre que o número de casamentos passava do limite que a empresária julgava adequado.

Como os casamentos aconteciam quase que exclusivamente nos finais de semana e Emanuelle evitava ao máximo realizar casamentos em dias seguidos, ela tomou como base os 52 finais de semana por ano, descontou feriados nacionais como Carnaval, Semana Santa, Natal e Ano Novo, além de outros feriados regionais, três semanas de férias por ano e chegou ao número de 36 casamentos como sendo o ideal para realizar a cada ano, sem prejuízo da qualidade no atendimento às noivas. Já no terceiro ano da Casar é Fácil, a empresa alcançou 35 casamentos por ano, aproximando-se do limite proposto. Com a demanda ainda em alta, a empresa acabou ultrapassando, o limite pré-estabelecido de casamentos a realizar, o que foi parcialmente controlado por meio de consecutivos aumentos de preços no serviço de cerimonial.

“Eu estabeleci o número de trinta e seis casamentos por ano. Quando percebo que estou passando muito desse limite, aumento o preço. Costumo aumentar o preço de duas a três vezes por ano. Assim vou conseguir ter menos noivas, dou mais atenção a elas e ainda ganho um pouco mais. Mesmo assim, em 2009, acabei fechando mais casamentos do que poderia gerenciar. Foi um ano de muito trabalho, pois passei do limite que considero saudável para mim e para o negócio.”

### **4.3. Análise do caso**

#### **4.3.1. O uso de mídias sociais para o marketing de relacionamento**

Ao analisar a gestão do marketing de relacionamento da Casar é Fácil sob o prisma da comparação entre o marketing transacional e o marketing de relacionamento, compilada a partir de Gronroos (1994) e Payne (1994), foi possível perceber que a adoção das mídias sociais se aproxima das estratégias de relacionamento de longo prazo, existentes no modelo de marketing de relacionamento, agindo como ferramenta de execução dos objetivos propostos pelos autores, conforme detalhado a seguir:

- 1) Foco em reter clientes atuais: Especificamente no mercado de casamentos, onde a taxa de recasamentos é de apenas 16,7% (IBGE, 2007), a retenção de clientes pode ser entendida como a taxa de recomendação do serviço de cerimonial a pessoas conhecidas. Sob este aspecto, os fóruns na internet, e, em especial a comunidade Casar é Fácil no Orkut, funcionam como ferramenta de recomendação positiva, na qual as noivas indicam o cerimonial Casar é Fácil aos outros participantes, conferindo credibilidade à imagem da empreendedora. A recomendação de produtos e serviços por outros consumidores na internet foi descrita em pesquisa da Nielsen (2009) como mais confiáveis (70%) do que anúncios em TV (62%), jornais (61%), revistas (59%) e rádio (55%).
- 2) Relacionamento de longo prazo: A própria natureza do serviço de cerimonial, cuja contratação acontece em média um ano antes do evento, já indica que o relacionamento com os clientes é de longo prazo. Embora no marketing de relacionamento longo prazo indique múltiplas transações entre empresa e cliente, e o serviço de cerimonial implique em apenas uma transação, sendo que de longa duração, com múltiplos pontos de contato, a utilização das mídias sociais pela Casar é Fácil trouxe o cliente mais para perto da empresa, reduzindo a impessoalidade no atendimento.

- 3) Clientes menos sensíveis a preço: O uso de mídias sociais como forma de divulgar o perfil da empreendedora, e os serviços prestados pela Casar é Fácil, promovem a diferenciação entre a oferta da empresa e as da concorrência. Os clientes da Casar é Fácil, via de regra, buscam contratar especificamente os serviços da cerimonialista Emanuelle Missura, não aceitando que o serviço seja prestado por outro profissional. Este tipo de cliente, mais esclarecido, realiza extensa pesquisa na internet antes do primeiro contato com a empresa, e é menos sensível a preço, uma vez que busca um tipo de serviço customizado e diferenciado.
- 4) Monitoramento da base de clientes: Este ponto aborda o monitoramento de uma base de clientes fiel aos serviços por meio de uma visão mais próxima da percepção individual da satisfação do cliente, em contraponto ao monitoramento do market share do marketing transacional. Por conta da especificidade do tipo de serviço prestado pela Casar é Fácil, a empresa não monitora sua base de clientes, uma vez que seus clientes realizam apenas uma transação com a empresa.
- 5) Monitoramento constante do feedback dos clientes: As mídias sociais são excelentes ferramentas de monitoramento da percepção dos clientes quanto a qualidade do produto ou serviço. No caso da Casar é Fácil, o grau de recomendação das noivas em redes como Orkut, Facebook e Twitter é usado como indicador da qualidade do serviço. O Blog da Casar é Fácil também serve como ferramenta de feedback, uma vez que as próprias noivas comentam sobre seus casamentos no Blog.
- 6) Clientes mais comprometidos: Os clientes provenientes das mídias sociais são mais participativos, exigentes e detalhistas, pois, como dito anteriormente, pesquisam a fundo sobre o serviço e por isso sabem exatamente o que querem. Segundo a empreendedora, a prestação do serviço deve ser mais cuidadosa, pois qualquer deslize pode implicar em abalo na relação com o cliente, gerando boca a boca negativo nas mídias sociais.

- 7) Muito contato com os clientes: As mídias sociais proporcionam grande variedade de pontos de contato com os clientes. Os clientes da Casar é Fácil utilizam redes como Twitter, Orkut e Facebook como formas de contato. Ferramentas de troca instantânea de mensagens como MSN e Skype também são largamente utilizadas pelo cerimonial como forma de tirar dúvidas em tempo real.
- 8) Busca de qualidade em todos os pontos de contato com o cliente: Ao contrário do marketing tradicional, que visa a obtenção de qualidade na operação, como o serviço prestado pela empresa é de longa duração, o foco está na qualidade do atendimento em cada ponto de contato com o cliente por meio da utilização de mídias sociais como forma de ampliar a quantidade e qualidade de pontos de atendimento. No entanto, como a empresa utiliza um grande número de canais de comunicação com seus clientes, corre-se o risco de cometer falhas no atendimento, uma vez que as ferramentas de comunicação dependem de fatores externos como boa conexão à internet e alta disponibilidade do serviço das redes sociais. A Casar é Fácil monitora constantemente seus canais de comunicação na internet, buscando reduzir o tempo de resposta. A resposta rápida aos clientes constitui um dos objetivos da empresa, diferenciando-a dos seus concorrentes que utilizam apenas meios de comunicação tradicionais (telefone e fax).

#### **4.3.2.**

#### **Utilização das características das mídias sociais pela Casar é Fácil**

Outra análise do caso estudado pode ser feita à luz das características das mídias sociais, segundo Mayfield (2008):

- 1) Participação: Tanto a comunidade Casar é Fácil no Orkut, como o Blog da empresa, incentivam a participação dos clientes e clientes em potencial na criação de conteúdo compartilhado, visando o compartilhamento de informação com outros interessados. Para a empreendedora, a comunidade funciona como uma forma de manter os prospects próximos do negócio, facilitando o primeiro contato, uma vez que ao buscar dicas sobre casamento, as noivas acabam por conhecer os serviços da empresa.

- 2) **Abertura:** Na comunidade Casar é Fácil no Orkut não existem barreiras à criação de conteúdo pelos usuários, embora algum tipo de moderação seja utilizado, visando manter o bom nível da troca de informações, evitando discussões, ofensas e propagandas de outros fornecedores fora da área destinada para a divulgação de serviços. Já redes como Twitter e Facebook são menos abertas a colaboração, pois não possuem o formato de fórum.
- 3) **Conversa:** A Casar é Fácil utiliza as redes para se comunicar com seus clientes de forma bidirecional. Todas as mensagens recebidas são lidas e respondidas, fazendo com que exista um tratamento individual para cada cliente.
- 4) **Comunidade:** A Comunidade Casar é Fácil no Orkut é um exemplo de fórum criado para um fim específico: a troca de dicas sobre os preparativos do casamento, em que usuários podem criar conteúdo e compartilhar livremente, desde que o assunto esteja relacionado ao tema proposto. A estrutura da comunidade permite a busca de dicas para os preparativos do casamento em categorias específicas, atendendo a todo tipo de cliente. A criação de conteúdo compartilhado pelos usuários confere mais credibilidade ao canal.
- 5) **Conectividade:** Todas as ações da empresa nas mídias sociais estão interligadas: posts no Blog são reverberados no Twitter, Orkut e Facebook, facilitando a distribuição do conteúdo e consequente alcance do público alvo da empresa. O site oficial da empresa também aponta para o conteúdo compartilhado nas mídias sociais, ajudando a divulgar o material.

A análise das características do uso das mídias sociais na estratégia da Casar é Fácil mostra que a empresa procura utilizar a proximidade do cliente como vantagem competitiva, fazendo com que sua marca esteja presente nas mídias mais utilizadas, fortalecendo a empresa em relação à concorrência. A Casar é Fácil utiliza, para benefício próprio, uma das principais características das redes sociais, segundo Anderson (2008): a criação de conteúdo compartilhado por muitas pessoas com distribuição para mercados de nicho, uma vez que hoje a distribuição do conhecimento é descentralizada, em detrimento do detentor do conhecimento da era das mídias tradicionais, que concentrava a distribuição.