

## Modelo comercial

### Evoluir a venda direta

Em um projeto que começa a expandir em 2014, a Natura busca ferramentas que complementem o trabalho das CNs, ampliando as vendas e as formas de interação com os consumidores

Uma grande transformação está em curso nos processos comerciais da Natura. O objetivo é expandir o modelo da venda direta para outras plataformas e permitir que o consumidor escolha como e quando quer vivenciar a marca e adquirir os produtos, além de potencializar as relações – um dos principais atributos da marca Natura – por meio do uso intensivo da tecnologia.

A estratégia visa atender a dois desafios crescentes da empresa: ampliar a produtividade das consultoras e tornar as ferramentas digitais aliadas para o seu negócio.

A Rede Natura é a primeira experiência dessa estratégia, em que cada consultora tem a sua página na internet para se relacionar com os consumidores e vender os produtos. “É a conexão do mundo *offline* com o *online*. Mantemos o papel fundamental da consultora na venda, que acontece por meio da relação que ela estabelece com seus clientes, e oferecemos mais uma alternativa ao consumidor”, explica João Paulo Ferreira, vice-presidente Comercial da Natura.

### Entrega em dois dias



Mais de 35% dos pedidos feitos hoje no Brasil já são entregues em até 48h para a CN. O prazo médio de entrega também caiu, de 5,1 para 4,5 dias.

Parte da estratégia de ampliar a qualidade do serviço prestado a consultoras e consultores, o índice é fruto dos investimentos robustos realizados desde 2010. Em 2013, foi inaugurado o

novo centro administrativo e de distribuição em São Paulo (SP), que, com alta tecnologia, permitiu o registro recorde de 4,5 milhões de itens separados em um só dia.

