

## Boas Práticas RH

POR  
 Ana Rita Maciel  
 RHmagazine

# "A PANDEMIA MOSTROU-NOS O VERDADEIRO SENTIDO DA FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE"

### VANESSA NEVES

DIRETORA DE RECURSOS HUMANOS DA PERFUMES & COMPANHIA

A COVID-19 obrigou ao encerramento dos estabelecimentos comerciais de bens não essenciais. A Perfumes & Companhia – a maior cadeia de perfumarias seletivas em Portugal – viu-se forçada a mandar para casa 900 dos seus colaboradores, vivendo a grande incerteza do futuro próximo. Como mantê-los unidos, motivados e comprometidos perante esta distância forçada e artificial?

A RHmagazine foi perceber junto da Diretora de Recursos Humanos (DRH) da empresa que ações foram dinamizadas para manter a proximidade possível com as suas equipas e, desta forma, enfrentar com sucesso os desafios emergentes.



**Perfumes & Companhia está presente no mercado há mais de 20 anos. Que balanço faz do percurso da empresa ao longo dos anos?**

A Perfumes & Companhia é uma empresa familiar, 100% portuguesa, líder no mercado de perfumaria e cosmética seletiva em Portugal e que nunca perdeu a capacidade de se reinventar, mantendo sempre o foco no cliente. Este é, sem dúvida, o nosso cartão de visita enquanto player de retalho especializado – a profunda ligação que temos com o nosso cliente e a capacidade de adaptação ao que este procura, inovando em produto e serviço, proporcionando-lhe uma experiência de compra muito diferente da concorrência.

**Em 2019, a Perfumes & Companhia foi distinguida com os prémios Cinco Estrelas, Escolha do Consumidor e Marketeer. O que dita o vosso sucesso?**

Mais uma vez é o posicionamento que fazemos do cliente e o cuidado que colocamos no seu atendimento. Cada cliente vale por si e a presença em loja tem de valer pela experiência, pela descoberta do produto, pela partilha do conhecimento, pela procura do presente especial.

**Como é que enfrentaram os desafios trazidos pela pandemia?**

A pandemia mostrou-nos o verdadeiro sentido da fidelização do cliente e do que constitui uma relação duradoura num mercado tão concorrencial como o nosso.

Na semana seguinte ao primeiro encerramento das lojas, tínhamos montado um número de apoio ao cliente e um sistema de contacto telefónico direto com os nossos clientes, com o intuito de



informá-los que continuávamos presentes e próximos e que, apesar da distância, teríamos todo o gosto em servi-los, entregando os seus produtos habituais em casa, sem custos.

#### De que forma a Perfumes & Companhia acompanhou os seus colaboradores nesta fase? Exemplos de ações concretas...

A primeira medida que tomámos foi a criação de uma página de Facebook que pudesse reunir todos os nossos colaboradores, independentemente da sua localização geográfica e idade e também da respetiva hierarquia, antiguidade ou função na empresa, e que diariamente lançasse desafios temáticos facilmente concretizáveis em casa e partilháveis com a restante comunidade.

Na reabertura das unidades, lançámos a ELA – E-Learning Academy, que contou com cerca de 520 cursos e mais de 785 horas de formação online, no primeiro ano de atividade, e iniciámos a transmissão da ELAPlay, pensado ao estilo de grelha de canal televisivo, 100% dedicado à formação de temas tão estruturantes como os fundamentos da pele, tez, fragrâncias, história da cosmética e da perfumaria ou cosmética verde (uso de parabenos) e novas tendências. Este canal permitia ao colaborador inscrever-se nas ações que mais lhe interessavam, disponíveis em quatro horários diferentes, e assistir às sessões síncronas e assíncronas, com a flexibilidade necessária.

### BOAS PRÁTICAS IMPLEMENTADAS PELA PERFUMES & COMPANHIA DURANTE A PANDEMIA:

- Sistema de contacto telefónico direto com os clientes;
- Página de Facebook com desafios temáticos diários, agregando todos os colaboradores da empresa;
- Plataforma de e-learning (ELA - E-Learning Academy): 520 cursos e mais de 785 horas de formação online (com transmissão através da ELAPlay, um canal ao estilo televisivo, com sessões de formação síncronas e assíncronas).



#### Neste momento, assumem dificuldades de recrutamento, e, com o Natal a chegar, acresce o volume de trabalho para fazer face à grande procura. Qual a vossa Employee Value Proposition (EVP) para atrair novos talentos?

Investimos fortemente na formação e no desenvolvimento de cada colaborador, não só para que seja uma referência no atendimento, mas para que encontre, consoante os seus gostos e aptidões pessoais, uma área de especialidade que o faça feliz no exercício da profissão que escolheu. Para nós, o desenvolvimento pessoal, a mentoria, a especialização, a participação em eventos e desafios premiados constituem a nossa promessa de valor de uma vida profissional rica em conteúdo e experiências, associada a condições remunera-

### A CONCILIAÇÃO DA VIDA PESSOAL COM A PROFISSIONAL SERÁ, CADA VEZ MAIS, UM FATOR DE SELEÇÃO DAS NOVAS GERAÇÕES

ratórias atrativas, alicerçadas numa componente variável muito interessante e dependente da performance individual e coletiva.

#### Enquanto DRH da Perfumes & Companhia, o que antevê e quais os seus objetivos para 2022?

Para 2022, prevejo grandes desafios na atração e retenção

de colaboradores. Por um lado, porque a conciliação da vida pessoal com a profissional será, cada vez mais, um fator de seleção das novas gerações, e, por outro, porque a oferta no mercado e a entrada de novos players na área da perfumaria irão contribuir para uma maior abertura deste setor na área do recrutamento e, obviamente, para uma maior exigência dos candidatos.

No que toca à retenção de talentos, num mercado em que as condições de entrada são praticamente equiparadas, valerá o bem-estar, o desenvolvimento pessoal, a ambição de fazer mais e melhor, o desafio diário, a partilha e o reconhecimento pelos pares e, ainda, o conforto de pertencer a uma grande família. 