

Solução inovadora driblou a crise pandêmica e impulsionou o mercado de joias

A união entre o setor de joias e semijoias aliada ao uso das mídias sociais, como ferramentas estratégicas de comunicação e marketing, aquecem o mercado favorecendo e motivando fornecedores e compradores.

09/02/2021 23:20:00

Às vésperas do aniversário de um ano da pandemia do novo coronavírus, março de 2020 a março de 2021, observar o choque econômico negativo de alguns setores e suas estratégias de sobrevivência, especialmente empresas ligadas a setores que dependem do movimento nas ruas, como o varejo, ampliam as perspectivas, comprovando a capacidade de resiliência e renovação do empreendedor brasileiro.

O setor de joias e semijoias, por não ser essencial, sofreu as consequências do isolamento, assim como, da redução da renda da população brasileira.

Diante dos desafios o setor não permaneceu parado, a movimentação para encontrar uma alternativa durou algumas semanas, todo o esforço buscou permanecer centrada em estratégias clara, objetiva e empreendedora, exatamente quando o setor se via em um beco sem saída. A solução, em meio à crise causada pelo novo coronavírus, movimentou todo o mercado brasileiro e produziu uma ferramenta digital para dar continuidade durante todo o ano ao ambiente de negócio gerado inicialmente. Tudo aconteceu de forma simples, mas altamente eficaz.

O principal meio de divulgação deste mercado são as “Feiras de negócios presenciais”. Investir em uma feira de negócios é uma estratégia que promove prospecções de novos clientes e fornecedores, assim como estar em contato com novidades do setor, como novas tecnologias e técnicas de fabricação, design e prototipagem. A inovação, diante da impossibilidade de reunir tantas pessoas em um só lugar, ocorreu através da mudança da feira presencial para a feira on-line.

A Feira on-line “**JEW Brasil**”, que nasceu para gerar oportunidades no mercado de joias e semijoias, inicialmente pensada para uma edição fechou o ano de 2020 com duas edições e lista de espera para o ano de 2021. Seu principal objetivo é reunir “on-line” fornecedores atacadistas de joias folheados e toda a cadeia de produção e comercialização, com foco em quem quer comprar para revender.

A estimativa é que cerca de 10 mil pessoas assistiram a feira on-line, transmitida ao vivo, através do **Instagram e YouTube do Portal das Joias**, parceiras da **JEW Brasil** no evento, e que juntos somam mais de 158 mil inscritos. A live continua gravada e está disponível para interessados. Cada lojista, fornecedor ou atacadista teve 3 minutos para apresentar seus produtos, serviços e ofertas e

quem está assistindo, dentro de 1 hora, pode conhecer, sentado no sofá da sua casa, inúmeras empresas do segmento, ampliando e favorecendo a escolha dos melhores parceiros para os seus negócios.

O publicitário paulista, proprietário da **Agência Create Brasil**, especialista em marketing digital, **Ednelson Teresa**, responsável pela ideia e execução do projeto explica com detalhes como tudo aconteceu.

“Existem diversas feiras no Brasil para o setor de joias, mas devido à pandemia foram canceladas e os lojistas se viram em uma situação muito delicada. Então em conversa com alguns parceiros tive essa ideia, promover uma feira on-line. Convidei alguns amigos, juntos nós acumulávamos todos os conhecimentos necessários para a realização da feira, iniciamos os preparativos. Concebida a estratégia rapidamente, contratamos o estúdio, definimos as regras e iniciamos as apresentações e prospecção de clientes para o evento on-line. Diante da necessidade do mercado, imergido em uma crise sem data de término, a aceitação foi muito boa, houve, claro, algumas resistências, mas que foram contornadas facilmente. Os resultados são medidos pelo interesse nas próximas edições, preparamos para este ano ao invés de duas, três edições. Neste momento temos lista de espera para participar.” Conta Ednelson Teresa, idealizador da “Feira On-line”.

A feira produziu outro importante impacto, que também é um medidor de resultados, após essa primeira edição, para gerar continuidade através de um ambiente de encontro e assim produzir diariamente novas parcerias, foi criado um canal no **Telegram**, com link divulgado na **JEW Brasil**, com o objetivo de continuar a reunir e a produzir negócios com segurança e eficácia. “Hoje o grupo possui cerca de 1.000 pessoas, clientes e fornecedores, na mesma via de comunicação rápida e objetiva, gerando negócios diariamente”, conta Ednelson Teresa, que viabilizou o grupo de Telegram.

A feira on-line produziu resultados para toda a cadeia lojista de joias e semijoias do Brasil, a empresária Luziara, carinhosamente conhecida como Lú, da empresa “**Cartela mais cores**”, de Limeira SP, produtora de embalagens personalizadas e especializada em joias, conta que o retorno foi instantâneo, efetuando vendas durante o período de apresentação na feira on-line, também afirma que sua presença está garantida nas próximas edições.

“Gerar mais oportunidade produzindo o encontro das pessoas certas no local certo, com segurança, despertando motivação e movimento para o mercado de joias, em tempo de portas fechadas, impulsiona as vendas e conseqüentemente gera mais empregos para toda a rede lojista e fornecedores de insumos de joias e semijoias do Brasil. Todo o grupo, gestor desta iniciativa, acredita nesta resposta criativa e eficaz. Esta união de forças tem o objetivo de não deixar o setor e o Brasil parar”, conclui o publicitário Ednelson Teresa.