



Os marketers das TIC

Ajudar os fabricantes do sector das TIC a aplicar os seus fundos de marketing da melhor maneira possível foi o fundamento que levou à constituição da StreamRoad Consulting. 10 anos depois, cresceu em número de áreas de negócio, clientes, parceiros e internacionalizou-se

Em 2009, os distribuidores do sector das TIC, no âmbito do seu papel enquanto representantes dos fabricantes junto do canal de distribuição, tinham quatro grandes características: operadores logísticos, operadores financeiros, com competências comerciais e de marketing. Eram estes os serviços que prestavam aos fabricantes e parceiros. Com a erosão das margens, uma consequência da crise, os distribuidores foram deixando de intervir em certas áreas, nomeadamente no marketing, sendo que a maioria dos fabricantes passou a gerir os seus próprios orçamentos, directamente.

É nesse ano que um grupo de investidores e apresenta ao mercado a StreamRoad, precisamente para ajudar os fabricantes a aplicar os seus fundos de marketing da melhor maneira possível com um parceiro do sector.

Na altura em que arranca, apresenta-se só com duas áreas de negócio: uma que se dedicava ao marketing puro e uma criada para fornecer soluções comerciais em outsourcing aos fabricantes, nomeadamente com um contact center com acções de lead generation e recrutamento de canal. Desde então, tem vindo a aumentar a oferta, investindo num software desenvolvido à medida para a agência de forma a gerir estas acções, além de ter mudado de instalações, de forma a conseguir acomodar esse mesmo crescimento, nomeadamente no que se refere ao reforço da equipa. «Outros dois passos importantes foram a internacionalização para Espanha, com a abertura de uma filial que nasceu na sequência da detecção de oportunidades de crescimento no país vizinho, e a constituição da agência de comunicação Adding Value PR Solutions», refere Sérgio Azevedo, Managing Partner da StreamRoad.

Hoje, a StreamRoad Consulting apresenta-se como uma agência de marketing 100% especializada no sector das TIC, sendo que todos os seus recursos são oriundos deste sector e tem soluções específicas adaptadas e que só aí funcionam. «O que quer dizer que, quando um cliente nos contrata em detrimento de uma agência de marketing generalista, estamos em melhores condições de o aconselhar e implementar soluções à medida das suas necessidades», sublinha.

Novos clientes, parcerias E mais áreas de negócio

Ao longo desta última década, segundo Sérgio Azevedo, o tipo de clientes não

Sérgio Azevedo, Managing
Partner da StreamRoad



tem alterado muito as suas necessidades. O que tem acontecido é que a sua capacidade de investimento tem oscilado, o que levou a StreamRoad Consulting a adaptar as suas propostas às verbas disponíveis. De qualquer forma, diz, continua a cumprir o objectivos que – isso sim – crescem continuamente. Ao longo do tempo temos vindo a crescer em nú-



tação são a organização de eventos de negócio, roadshows, design gráfico, web design e marketing digital, enquanto nos serviços comerciais, ganham relevo as acções de lead generation, recrutamento de canal e programas de canal: «Temos vindo a estabelecer parcerias com alguns fornecedores de serviços muito importantes no sentido de complementarmos a nossa oferta. Temos parcerias com empresas em Espanha, com as quais colaboramos para implementações de serviços à medida na Península Ibérica, mas o que eu destacaria como sendo a nossa grande parceria é o relacionamento que mantemos com os nossos clientes – acabando por nos assumirmos como uma extensão do seu departamento de marketing».

Gerir melhor e internacionalizar Na próxima década

No seu plano para 2020, e além do objectivo claro de querer aumentar o número de clientes, a StreamRoad Consulting procurará desenvolver tudo o que estiver ao seu alcance para manter os actuais, «que é algo que muitas empresas se esquecem frequentemente de fazer. Este ano investimos muito em sistemas que nos permitem gerir melhor e mais eficazmente o nosso negócio. Acreditamos que esse investimento e esforço dará os seus frutos em 2020 e nos anos seguintes», declara Sérgio Azevedo, segundo o qual 2019 terminará em linha com os objectivos traçados: aumentar o número de clientes, manter os actuais e solidificar o volume de negócios.

«Este ano em que celebramos a nossa primeira década, decidimos fazer um investimento importante em software à medida de ERP e CRM, que nos permite modernizar e implementar soluções que chegam mais depressa e melhor aos clientes dos nossos clientes. Além disso, e porque queremos estar por cá muitos mais anos e acreditamos que a motivação da equipa é fundamental para essa continuidade e crescimento, temos uma série de acções planeadas no âmbito da celebração deste 10.º aniversário, que por enquanto são surpresa», esclarece. E quanto aos próximos 10 anos? «A próxima década será marcada pela internacionalização como elemento-chave para o crescimento da empresa. Queremos, também, chegar o mais acima possível na cadeia de distribuição, com ligação directa aos head quarters das multinacionais com menor representação em Portugal», informa o Managin Partner da StreamRoad. ▀

mero de clientes e hoje trabalha com a grande maioria das principais empresas do sector, chegando a uma média de 30 clientes todos os meses, os quais apresentam três tipos de perfil: fabricantes (de hardware e software), distribuidores e parceiros.

Tendo em vista o crescimento e conquista de novas empresas, a StreamRoad Consulting está a investir ao nível de comunicação além de que conta com o trabalho da Adding Value, agência especializada em assessoria de imprensa. «No entanto, dado que trabalhamos num mercado que se pode classificar como fechado, a forma que mais utilizamos para fazer prospeção é a nossa capacidade de networking, com reuniões face to face», avança Sérgio Azevedo.

Com uma oferta dividida actualmente por quatro áreas de negócio – consultoria estratégica, marketing e comunicação, serviços comerciais e recrutamento/formação – as que apresentam maior dinamismo são as do marketing e comunicação e dos serviços comerciais. Nestas duas áreas, os serviços que mais se destacam em termos de solici-

«A próxima década será marcada pela internacionalização como elemento-chave para o crescimento da empresa. Queremos, também, chegar o mais acima possível na cadeia de distribuição»