



[A FATOR](#) [ANUNCIE](#) [RSS](#) [CONTATO](#) [BOLETIM](#) [TV FATOR BRASIL](#) [LINKS](#)

EMPRESAS & NEGÓCIOS

18/03/2008 - 11:19

Trousseau adota ferramenta B2C para incrementar seu canal de distribuição

Consumidores poderão pesquisar e comprar produtos no endereço eletrônico de qualquer ponto do Brasil, mesmo onde a empresa não dispõe de loja convencional.

São Paulo - A Trousseau, reconhecida como uma das melhores marcas de artigos para cama, mesa e banho do Brasil, está ampliando seus canais de vendas por meio da internet, utilizando a ferramenta B2C, da [Linx Sistemas](#). Com o novo canal, a Trousseau, que dispõe de 17 lojas próprias em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, espera que o faturamento da loja virtual acompanhe o faturamento das lojas físicas, já que a venda online ficará disponível para todas as regiões do país, mesmo as que ainda não têm uma loja.

A empresa já utilizava os módulos administrativo/financeiro, business intelligence, retaguarda de lojas, contabilidade e fiscal do ERP da Linx há um ano e meio e a escolheu para fornecer também a ferramenta de vendas online integrada ao sistema de retaguarda do ERP Linx Global Fashion. Com este novo módulo, os consumidores podem pesquisar produtos no endereço eletrônico sem necessidade de identificação prévia e sem correr o risco de não ter disponível um determinado item já que há um estoque reservado para compras online.

"Nosso objetivo é que os clientes possam de forma prática, rápida e ágil adquirir os produtos que necessitam, tirando proveito das facilidades proporcionadas pela internet" afirma Romeu Trussardi Neto, presidente da Trousseau.

A integração do canal de vendas com a retaguarda proporciona maior agilidade nas transações e controle de estoque eficiente, além de estar disponibilizando uma ferramenta que aumenta a capilaridade da marca e fortalece sua presença em novos mercados onde não há instalações físicas.

"Esperamos que o B2C traga a Trousseau mais um canal importante de vendas e de relacionamento com seus consumidores", afirma Alberto Menache, diretor corporativo do Grupo Linx.

Soluções completas -Complementando a solução B2C, a Linx Sistemas forneceu ainda à Trousseau, o SQL Server 2005 da Microsoft. "Desde o ano passado, quando alcançamos a posição de Microsoft Gold Partner, passamos a ofertar soluções completas que cobrem de ponta-a-ponta as necessidades dos clientes em seus projetos", afirma Menache.

Perfil do Grupo Linx - Fundado em 1985, o Grupo Linx desenvolve produtos, serviços e soluções que otimizam os negócios e aumentam a competitividade de seus clientes. Contamos hoje com mais de 1.000 clientes no Brasil, América Latina e Europa e mais de 180 colaboradores em nossa matriz, além de unidades de relacionamento e parceiros distribuídos por todo o Brasil e no exterior. Especializado em soluções tecnológicas para empresas de varejo, em segmentos como vestuário e calçados, dentre outros, o Grupo Linx é composto pelas divisões Linx Sistemas, Linx Logística, Linx Telecom e Linx Fast Fashion.

A Linx Sistemas atua como líder de mercado de soluções corporativas informatizadas para gestão de empresas de varejo com destaque para os setores de vestuário, calçados, presentes, dentre outros, por meio de seu ERP voltado ao segmento. São clientes empresas como Puma, Daslu, Hering, Forum, Richards, Vila Romana, TNG, Ellus e Luigi Bertolli.

Em 2007, o Grupo Linx destacou-se entre as "100 Maiores Empresas de Serviços Corporativos", do IDG Brasil; as "100 Pequenas e Médias Empresas que mais crescem no Brasil", da revista Exame PME; "As 200 maiores", da Informática Hoje, todos pela segunda vez e ainda entre "As 200 Maiores Empresas de TI", da INFO Exame e "As 50 maiores Empresas de Software" pelo Anuário Série Estudos.