

O maior desafio

O maior desafio foi o tempo: montagem da plataforma 360hyper e fechar parcerias em apenas três semanas.

Elementos-chave da empresa

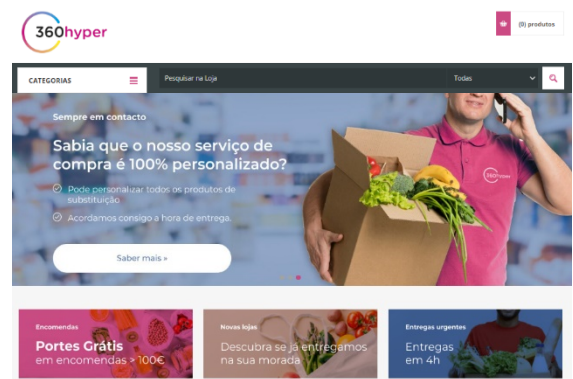
A 360imprimir, criada em 2014, dedica-se à personalização de materiais de comunicação (como *flyers*, canetas, t-shirts, ...). Tem atualmente quase 200 trabalhadores, a operar em 21 países, e uma faturação de mais de 30M€ em 2019.

Problema

A crise de COVID-19 afetou os clientes da 360imprimir, sobretudo pequenas empresas e profissionais liberais, que viram a sua atividade ser impactada negativamente e, conseqüentemente, as vendas da 360imprimir caíram drasticamente, o que levou à necessidade de se reinventarem.

Solução

Face à situação de pandemia, e para além do lançamento de produtos como máscaras personalizadas da 360imprimir, diversificaram a sua atividade, entrando num novo negócio em apenas duas semanas, aproveitando as suas competências de comércio online e cruzando com as novas necessidades da procura. Assim, a 360imprimir criou um supermercado online com entregas ao domicílio, em tempo útil e com preços competitivos: o 360hyper (www.360hyper.pt) – uma parceria entre a 360imprimir e uma cadeia de lojas alimentares.



Nesta plataforma está disponível toda a gama de produtos alimentares, incluindo frescos como peixe e carne. Para assegurar o *picking*, foi ainda desenvolvida uma aplicação específica e feito um acordo para que a entrega fosse assegurada através de TVDE (Transporte Individual e Remunerado de Passageiros em Veículos Descaracterizados a partir de Plataforma Eletrónica).

Resultados

Em menos de 2 meses de operação, a 360hyper atingiu mais de 300.000€ de vendas, com mais de 3.000 encomendas. Tendo em conta os resultados alcançados, a 360imprimir tem em vista a possibilidade de manter o negócio da 360hyper, mesmo após o período de pandemia.

Ilação

Em apenas 15 dias, a 360imprimir conseguiu diversificar e implementar um novo modelo de negócio, numa área mais exigente em termos de timings de entrega e com margens mais reduzidas, o que obrigou a empresa a ganhar novas competências. Para responder de uma forma mais eficaz aos desafios, a 360imprimir concretizou a operacionalização de uma nova Tendência de mercado – a **Coopetition**. Quer isto dizer que procurou parceiros para integrar a cadeia de valor, bem como metodologias expeditas, num contexto competitivo.