

O maior desafio

O maior desafio foi conseguir que a empresa se adaptasse a algo totalmente desconhecido. Apesar de não saberem o que os esperava, os responsáveis da Forall Phones sabiam que era altura de provar que a empresa era uma *startup* ágil e capaz de se adaptar a transformações rápidas.

Elementos chave da empresa

A Forall Phones surgiu em 2015 porque José Costa Rodrigues, então com 16 anos, queria um iPhone novo, mas era demasiado caro. Com um grupo de amigos resolveu criar uma marca para vender tecnologia recondicionada. A empresa tem 10 lojas físicas, 70 colaboradores e fatura anualmente cerca de 17 milhões de euros.

Problema

A pandemia obrigou a mudar tudo, uma vez que 80% das vendas da empresa eram nas lojas físicas, que tiveram de encerrar temporariamente. A capacidade produtiva da Forall Phones localizava-se na sede e os funcionários tiveram de ser colocados em segurança.

Solução

A Forall Phones conseguiu provar-se uma empresa ágil, com capacidade de adaptação e, como era já uma marca forte e merecedora da confiança dos clientes, conseguiu passar as vendas das lojas físicas para o online, criando uma empresa totalmente inovadora – a *Live Store*. O cliente podia marcar uma videochamada com a empresa, ser atendido por um lojista, ver os produtos e compará-los, tudo de uma forma digital mas com uma experiência humana e personalizada.



Resultados

Graças ao esforço, capacidade de risco e resiliência, a Forall Phones arrisco na estratégia online e conseguiu resultados muito positivos. Inverteu as vendas, que eram 80% em loja e passaram para 80% online, teve uma taxa de conversão na *Live Store* de 25% e manteve o volume total de vendas relativamente aos meses antes da pandemia.

Ilação

A ForAll Phones começa por ser um excelente exemplo de empreendedorismo jovem. Em quatro anos, jovens acabados de sair das universidades criaram uma empresa de referência para Portugal. Esta *startup* é, também, um exemplo da tendência **Omnicanalidade** – a capacidade de atuar tanto em mercados presenciais como digitais. E provou-o rapidamente, quando era mais necessária a reação para transformar as vendas em lojas físicas em vendas online.