Descontatudo.com

Os 25 mil internautas que estão cadastrados no portal *Descontatudo.com* só têm a ganhar nos próximos seis meses. "A idéia é dobrar para 600 o número de ofertas disponíveis na página", afirma o presidente da empresa, Olavo Cunha. O endereço oferece abatimentos em 25 categorias, de livros a bares, passando por floriculturas.

No fundo, eles querem um pouco mais do que aumentar a quantidade de promoções. "Trabalhamos para ser o melhor meio de geração de oportunidade de negócios para as empresas offline", diz o executivo. O que o portal faz é colocar online cupons que quando impressos e apresentados no balcão das lojas rendem descontos ao consumidor.

Olavo conta que é comum o usuário entrar no site em busca de um produto ou serviço específico e acabar imprimindo outros cupons. "As ofertas para motéis, restaurantes e discotecas fazem mais sucesso", entrega ele, acrescentando que 60% do público

são mulheres.

Em janeiro deste ano, mais de cem mil pessoas visitaram o portal. "Começamos com 20 mil acessos mensais", lembra Cunha. A empresa nasceu há dez meses, a partir das economias de uma dúzia de investidores. Cerca de R\$ 2 milhões foram aplicados inicialmente.

"Fizemos uma campanha de lançamento forte na mídia impressa e só depois migramos para a Internet", conta. Hoje, o negócio está focado no e-mail market, uma espécie de mala

direta digital, que costuma trazer um retorno bem atrativo, segundo o empresário.

Uma campanha com dez mil e-mails promocionais traz, em média, 300 trocas efetivas nos estabelecimentos credenciados. Olavo mostra as estatísticas: "De dez mil e-mails markets enviados, cinco mil são abertos (o equivalente a 50% mil), mil são impressos (10%) e deste universo, umas 300 pessoas (30% dos 10%) utilizam de fato o desconto".

▶ Portal quer dobrar para 600 o número de ofertas disponíveis, em seis meses