

08

**CASE "Para Sempre Linda"**

CASE Para Sempre Linda sempre foi reconhecida pelo seu atendimento diferenciado, onde todas as "consultoras de beleza" (como eram chamadas as vendedoras) davam um atendimento super especializado. Além disso, cada consultora tinha uma agenda com nome, telefone, data de aniversário e últimos produtos adquiridos, das clientes e sempre utilizava essas informações para dar um atendimento único. Mas Fernando escutou de um amigo que em loja online o cliente não quer saber de nada disso, só quer saber de preço e prazo de entrega. Como Fernando confia neste amigo, Fernando está propenso a seguir esta estratégia online de preço baixo, entrega rápida e mantendo o nome Para Sempre Linda. Sabendo dessa decisão de Fernando, quais os pontos que ele deve se atentar, para não prejudicar a marca dele: (Selecione 2 alternativas)

*Selecionar 2 alternativas*

- A** Para não descaracterizar a promessa da marca, ele deve criar ferramentas para dar um bom atendimento na loja online também.
- B** O posicionamento da loja física e online será o mesmo, pois o nome será o mesmo.
- C** O posicionamento da loja física e online será muito diferente, podendo prejudicar a marca Para Sempre Linda.
- D** Todas as afirmações estão corretas