



Marketing (Folheteria/Impressos)



Diagnóstico

- 5 tipos (tamanhos) diferentes de folhetos distribuídos.
- 70% dos folhetos com validade semanal.
- Atendimento feito por duas gráficas intermediado por uma agência.
- Envio para as gráficas *overnight* gerando uma necessidade de agilidade/disponibilidade de impressoras alta e cara.



Abordagem Willy

- Análise dos contratos com as gráficas e agência.
- Análise do processo de planejamento de ofertas, buscando a diminuição da necessidade de impressão *overnight*.
- Avaliação da quantidade de ofertas por tamanho do folheto
- Elaboração de um processo de cotação visando concentrar volume em uma única gráfica.



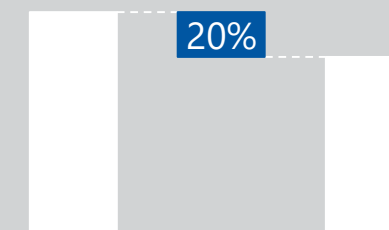
Principais ações

- Concentração de volume em uma única gráfica.
- Envio antecipado de 80% dos folhetos a serem impressos.
- Definição de 2 tamanhos de folhetos que maximizam a quantidade de ofertas.



Resultados

- **Economia de R\$300 mil/ano.**



Consumer Services
(Retail)
Expert Sourcing

Redução de 20% dos custos com melhoria do nível de serviço