



“O comércio online vai acelerar com o Dott”

PÁG. 10





Gaspar d'Orey, CEO do Dott, acredita que a plataforma de comércio online da Sonae e dos CTT vai ter o mesmo papel que a Amazon teve em outros mercados

“O comércio online vai acelerar com o Dott”

Filipe Pacheco

mailto:fpacheco@hipersuper.pt
photo: Frame It

O investimento na implementação do projeto será de 10 a 15 milhões de euros para os próximos 5 anos. O CEO do Dott não revela quanto espera faturar com a plataforma online até ao final do ano. Mas de uma coisa tem a certeza, que o comércio online vai mudar em Portugal

Quando e como começou a ser esboçado o projeto?

A ideia surgiu em 2017. O mercado, em Portugal, está recetivo e atento a novas oportunidades nesta área. E a Sonae e os CTT acharam que valia a pena investir num grande player de e-commerce em Portugal.

Acreditamos que existe mercado para outros marketplaces que querem fazer diferente. É possível ser uma empresa de base tecnológica, com pormenores que marcam a diferença e nos diferenciam no mercado. Pequenas coisas que o consumidor dá cada vez mais valor.

Pode dar exemplos?

O melhor exemplo, para nós, é a experiência. É nisso que estamos muito focados. Queremos que a experiência de compra no Dott seja realmente diferente e que não só satisfaça todas as necessidades do cliente, mas que o deixe deliciado com o nosso serviço de apoio ao cliente. É isso que o vai fazer voltar, e recomendar-nos.

Como estarão posicionados?

Acreditamos que o 'e' de ecommerce também pode ser de emoção, por isso queremos destacar-nos por uma grande variedade de produtos, pela conveniência na entrega e recolha de cada encomenda, pela segurança que oferecemos no pagamento, mas também pela emoção que pretendemos criar no cliente. E vamos conquistar



Gaspar d'Orey
CEO do Dott

isso com conteúdos diferenciados, que criem uma ligação com o cliente e com uma experiência de compra única, com pequenos pormenores que marcam pela diferença.

Quanto foi investido? O projeto é uma parceria com os CTT. Como funciona a parceria?

A ideia partiu dos CTT, e a Sonae rapidamente aceitou o desafio. Somos Dott. Nascemos de uma joint venture criada por dois gigantes, mas somos uma nova empresa com uma identidade própria. Temos uma gestão independente e queremos criar a nossa própria cultura. Esta empresa é a união de duas forças. Essa é, aliás, uma das nossas premissas. Accreditamos que a partilha de conhecimento traz muito mais benefícios para qualquer negócio. Temos como acionistas dois grandes players do retalho e da distribuição, e o contri-

buto que têm para nos dar é também um dos pontos que diferencia o Dott no mercado. O investimento para a implementação do projeto será de 10 a 15 milhões de euros para os próximos 5 anos.

Em termos de entregas e de devoluções como têm montada a operação?

As entregas são gratuitas a partir de 19.99 euros e as devoluções são gratuitas para qualquer valor, exceto nos produtos de grandes dimensões. Accreditamos que é importante dar essa confiança ao cliente para que se sinta confortável em experimentar o Dott, sabendo que se não gostar, não servir ou não ficar bem, pode devolver sem qualquer custo. Além disso, conseguimos chegar literalmente a todo o país e ilhas, com mais de 1600 pontos de recolha e um serviço de excelência.

O Dott junta, para já, 500 vendedores. Até ao final do ano ou até 2020, quantos vendedores espera ter nesta plataforma?

Esperamos ter mil vendedores até ao final de 2019 e, desde o lançamento, temos tido muitas solicitações, por isso acreditamos que vamos superar esse número. Queremos mudar a forma como se compra e vende online no nosso país e ajudar a digitalizar as marcas portuguesas, abrindo as portas do mundo aos seus negócios. Há marcas mesmo brilhantes em Portugal. E estamos atentos a elas todos os dias.

E quanto ao número de produtos?

O nosso objetivo é chegar ao final de 2019 com 1 milhão de produtos e acreditamos que vamos conseguir esse objetivo muito rapidamente.

Em comparação com outros países europeus, as compras online em Portugal são mais baixas. O mercado



nacional já está maduro para o lançamento desta plataforma?

O mercado está a amadurecer, e com o Dott vai acelerar. Atualmente, cerca de um terço dos portugueses já compra artigos online e este número cresce a 2 dígitos, e acreditamos que, num futuro próximo, irá aproximar-se do que é o standard na Europa. Países como Inglaterra e Holanda estão na linha da frente com cerca de 80 a 90% da população a fazer compras online todos os anos, por exemplo.

Em países como Espanha, a entrada da Amazon fez aumentar significativamente o comércio online. Até que ponto pensa a Dott pode vir a ser um catalisador do crescimento do comércio online em Portugal?

A entrada da Amazon surgiu porque não havia um claro player de e-commerce em Espanha, portanto serviu como catalisador. O nascimento do Dott tem como objetivo ter o mesmo efeito em Portugal, ou seja, trazer uma variedade alargada de produtos, métodos de entrega e de pagamentos a todos os portugueses, dando-lhes, desta forma, confiança

"O nascimento do Dott tem como objetivo ter o mesmo efeito em Portugal que a Amazon teve em Espanha"

para comprar online.

Esta operação pode ser entendida como uma antecipação da Sonae à entrada direta da Amazon em Portugal?

A Amazon já cá está, mesmo que presente sem um domínio '.pt'. A Sonae está sempre atenta e tem tido um grande foco no online, há vários anos, com a Sportzone, o Continente Online, Worten, Mo e Zippy. E, por

isso, este não é mais do que um movimento nesse sentido, não só da Sonae como também dos CTT.

A expectativa é terem cem mil clientes até ao final do ano. Espera que esse número cresça em 2020? Para quanto?

A expectativa é termos 100 mil vendas até ao final do ano. É claro que queremos continuar a crescer em 2020, mas isso vai depender de muitos fatores.

Em Portugal, muitas compras online são transfronteiriças. Esta realidade pode ser um entrave para o crescimento da Dott?

A razão para serem transfronteiriças é devido a, até agora, não haver um player nacional como o Dott. Por isso queremos acreditar que a necessidade de 'comprar fora, porque em Portugal não há' irá diminuir.

Das vendas, qual a parcela que vai para o Dott e a que vai para os sellers?

Temos um modelo baseado em comissões: 12,5% e 6,5% mediante categoria.

Que produtos espera que sejam mais vendidos?

Acreditamos que as categorias âncora serão a saúde e beleza, moda e calçado, informática e eletrónica e produtos para animais.

Nesta fase, a plataforma não tem frescos à venda. Espera vir a ter?

Por enquanto não temos planos para isso, muito devido às dificuldades logísticas relacionadas com o transporte de frescos.

O negócio está montado para ser sempre uma marca digital?

Sim. No limite teremos ações pontuais no canal físico para criar uma proximidade maior com os nossos clientes, melhorando ainda mais a experiência Dott.

Dentro de cinco anos haverá um plano de expansão para outros mercados?

Ainda não temos nenhum plano de expansão. É claro que olhamos para o desenvolvimento e evolução de outros mercados, mas para já estamos 100% focados em Portugal. **H**