



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | OMC – O E-COMMERCE DE COLCHÕES DE MARCA PRÓPRIA E PARCEIRAS

Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-038701

Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME

Região de intervenção | LISBOA

Entidade beneficiária | ALWAYS ON TIME, LDA

Data de aprovação | 07-09-2018

Data de início | 01-08-2018

Data de conclusão | 31-07-2020

Custo total elegível | 555.690,00

Apoio financeiro da União Europeia | 222.276,00

Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

A OMC tem por objetivo alargar a oferta a novos mercados: Espanha, França, Itália, Reino Unido, Alemanha e China, apostando na promoção da oferta e reforçando a estratégia de comunicação

ATIVIDADES

A atividade da OMC consiste na comercialização on-line de colchões de forma personalizada, de acordo com as necessidades do cliente, escolhendo as suas dimensões, firmeza, tipo e marca. Os colchões podem ser de marca própria ou marcas parceiras.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização tem permitido à OMC promover a sua oferta no mercado externo através da participação em feiras, realização de viagens de promoção/prospeção e implementação de estratégias de marketing.

A promoção da empresa e da sua oferta a nível internacional tem permitido angariar um maior número de clientes ao promover a sua oferta além-fronteiras.

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

O presente projeto de investimento tem como principal objetivo o de dotar a OMC de fatores de competitividade, de forma, a que tal permita efetuar uma diferenciação face às demais empresas do setor, salientando-se todas as empresas que atuam na área do comércio online e offline de colchões.

As ações a implementar estão estruturadas no domínio da internacionalização, em que a OMC pretende potenciar e explorar novos mercados que apresentem um menor ciclo de substituição de colchões e maior taxas de crescimento ao nível do e-commerce.

Neste sentido, foram definidos como mercados alvo: Espanha, França, Itália, Reino Unido, Alemanha e China, sendo estes mercados mais evoluídos a nível tecnológico, apresentado maior índice de compras online, no entanto o e-commerce de colchões ainda não se encontra explorado, tido como uma oportunidade para a empresa.

A seleção dos mercados alvo deste projeto teve em linha de conta a exploração de novas oportunidades de negócio.

Pretende-se estabelecer um conjunto integrado de ações, como seja, feiras sectoriais, ações de prospeção e contacto direto com parceiros e clientes que visem a disseminação da oferta da empresa.

Pretende-se, desta forma, posicionar a oferta e imagem da empresa no exterior, contribuindo para o aumento da notoriedade da marca, captação de novos clientes e consequente potenciando o volume de negócios.