



CONSUMO



A EQUIPA DO FOLLOWPRICE,
com os seus fundadores: João Andrade
(no centro, em baixo), Gonçalo Mendes
(ao lado), João Leitão (à direita)
e Vasco Moreira (em cima, à direita)



Um olho no produto e outro no preço

A empresa portuguesa FollowPrice criou um botão que está a revolucionar o mundo das compras *online*. O botão 'Seguir Preço' permite ao utilizador estar a par das descidas de preço de um determinado produto com uma simples notificação na sua página de Facebook ou via *email*. Uma ferramenta criada por jovens portugueses, que já se encontra em algumas lojas internacionais, e que pretende chegar aos sete cantos do mundo

Texto de Rita Porto Fotografias de Miguel Silva

Fazer compras *online* vai passar a ser mais instintivo graças a uma ferramenta criada por quatro jovens portugueses. Imagine que está num *site* de compras *online* e que vê um produto que quer comprar. Na altura, decide esperar porque está a um preço demasiado elevado ou não está disponível para compra imediata. A partir de agora, vai poder deixar de se fiar na sua memória para lembrar-se do *site* onde viu o artigo e quanto custava. Pode também esquecer ainda a parte de deixar um número de telefone ou *email* na loja para depois se contactado, que a grande maioria das vezes significa passar a ser invadido com informações que de nada lhe servem.

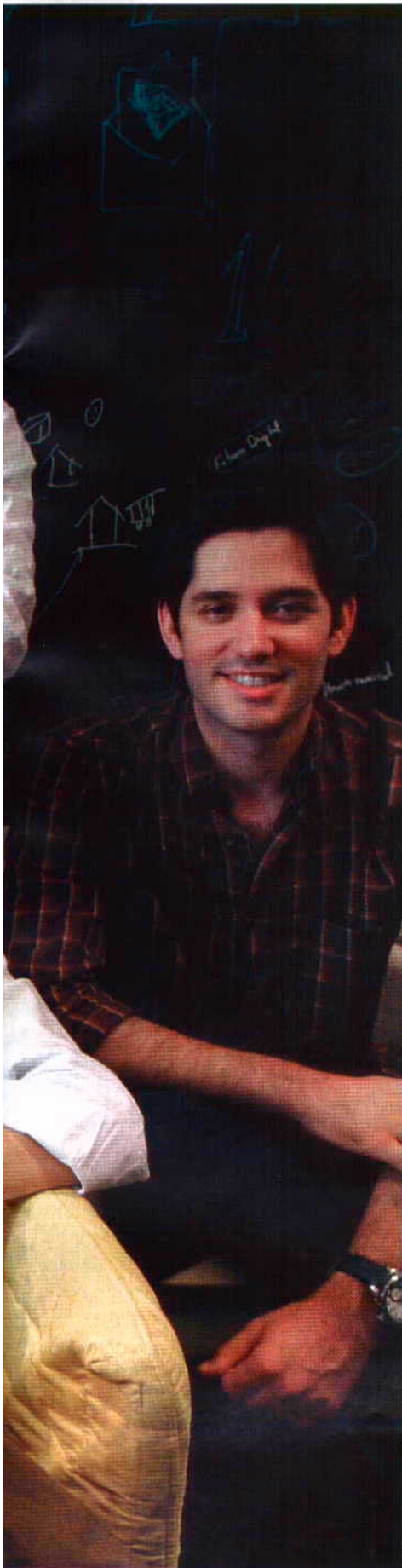
Talvez já tenha reparado em algumas lojas *online*, como por exemplo no *site* da Fnac e do QuantoKusta, num pequeno botão azul que diz 'Seguir Preço'. Essa ferramenta permite ao consumidor seguir um produto, sendo notificado de uma descida de preço ou da sua disponibilidade em *stock*, através do Facebook, Google+ ou *email*. Para isso, basta apenas clicar no pequeno rectângulo azul, inscrever-se com a sua conta na rede social ou deixar o endereço electrónico. Esse *item* irá automaticamente para uma lista de produtos, onde constam os vários artigos que o consumidor esteja a seguir. Sempre que o preço baixar, receberá um *email* ou uma no-

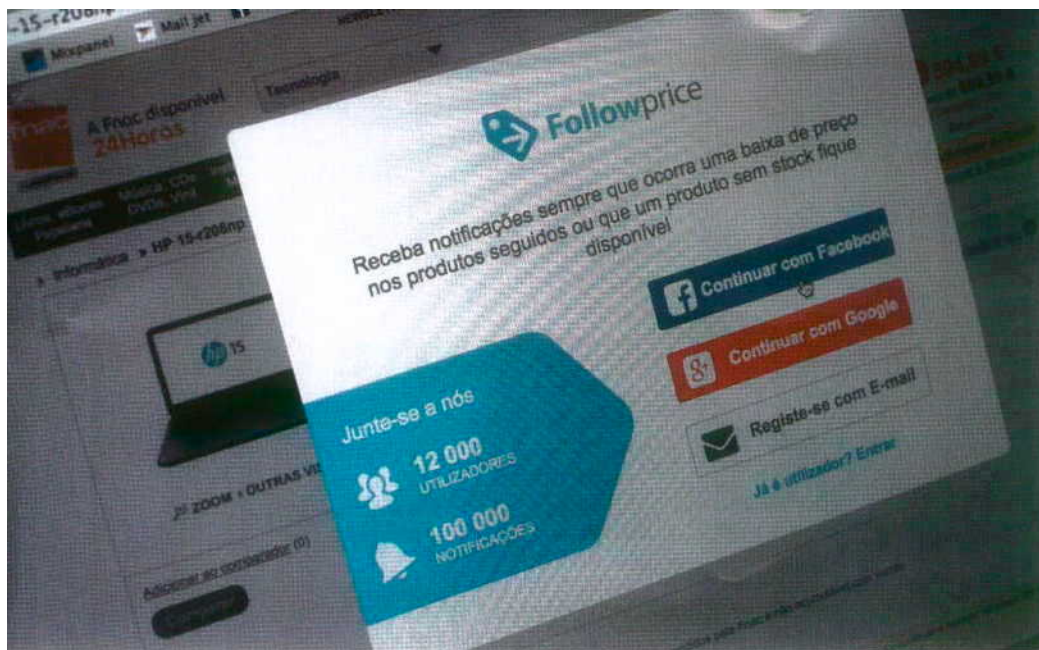
tificação nas rede social, através da qual será reencaminhado para a loja *online*. Isto tudo com a garantia de que não receberá *spam* ou outro tipo de publicidade (e sem ter de fornecer um contacto).

«A Followprice é uma *wish list* universal, onde as pessoas podem agregar todos os seus interesses num só sítio e serem avisados quando o preço baixar», explica João Leitão, fundador da Followprice ('Seguir Preço', em português).

Uma ideia pioneira deste engenheiro civil de 32 anos e desenvolvida em parceria com Vasco Moreira, Gonçalo Mendes e João Andrade. O projecto começou na incubadora de empresas do TagusPark, em Lisboa. «Tanto eu como o Vasco e o Gonçalo estávamos envolvidos noutros projectos e as nossas *startups* eram vizinhas no edifício», explica João. «Na altura, ►

«A Followprice é uma *wish list* universal, onde as pessoas podem agregar os seus interesses», explica o fundador João Leitão





QUANDO CARREGAR NO BOTÃO 'SEGUIR PREÇO' poderá inscrever-se através do Facebook, Google+ ou via email

Uma vez que Followprice funciona como «um filtro» na comunicação entre as lojas *online* e os consumidores, os contactos dos utilizadores não são disponibilizados às lojas. «A loja não sabe quem é o cliente, mas sabe que há alguém interessado num determinado produto», garante Vasco. Aliás, o próprio consumidor sabe quantas pessoas estão a seguir um artigo, graças a um número que aparece junto ao botão 'Seguir Preço'.

Outra das vantagens desta ferramenta é facto de os compradores visitarem mais vezes o *site*. Graças às notificações, as pessoas são reconduzidas para a página da loja *online*. «A loja sabe, por exemplo, que tem 300 pessoas a seguir um produto. Se descer o preço desse produto, há 300 pessoas que vão receber um aviso», aumentando a probabilidade de voltarem à página daquele artigo e de o comprarem. Vasco realça ainda que cerca de 30% das visitas que são geradas pela Followprice, vêm da lista de produtos.

«As pessoas fazem um clique e estão a seguir um produto. Essa facilidade faz com que haja mais interação. Há mais comunicação por parte da loja via Followprice e mais pessoas com oportunidade de comprar produtos a preços que podem pagar», afirma João. «Há ainda informações que as empresas podem extrapolar para os seus dados globais e afinar toda uma estratégia mais de acordo com as necessidades das pessoas».

Até ao final do ano, estes empreendedores esperam ultrapassar os 100 mil utilizadores e, em breve, irão atravessar a fronteira e chegar a lojas *online* em Espanha. Mas isto é apenas um pequeno passo para um sonho maior: «Queremos que o botão seja um *must have* em todas as lojas *online* do mundo e ser uma *billion dollar company*», afirma João.

«Isto que estamos a viver já é um sonho, mas queremos fazer mais e melhor. É espectacular imaginar que centenas de pessoas vão ter um ordenado e vão estar a pagar as suas contas porque o João, um dia, nos mostrou dois slides», conclui Vasco. ●

rita.porto@sol.pt

estava a lançar um site *online* e identifiquei uma necessidade: contactar as pessoas que estavam interessados em descidas de preços nos artigos que estava a vender».

A ideia foi apresentada aos 'vizinhos', ambos de 25 anos, para convencê-los abraçarem o projecto. «O João apareceu com dois *slides* em que o primeiro era uma loja *online*, por acaso era a Fnac, com uma página onde se via um produto e o botão do Followprice. O segundo era uma página de Facebook, com uma notificação que dizia 'Este produto alterou de preço'. O Gonçalo e eu percebemos que isto era um negócio de dimensão mundial se soubéssemos agarrar a oportunidade», afirma Vasco Moreira. Pouco depois, João Andrade juntou-se à equipa para desenvolver o lado mais técnico do projecto.

O primeiro passo foi contactar algumas lojas para saber se estavam na disposição de testar o botão. E a primeira questão era quase sempre a mesma: «Perguntávamos: 'Mas são portugueses?'», conta Vasco. Em 2014, a primeira que aceitou testar esta ideia foi uma loja *online* de roupa interior masculina, a Impetus.

Seguiram-se depois várias candidaturas a programas de apoio a *startups* e a concursos para desenvolverem o projecto. Num desses concursos, a Followprice foi seleccionada para um programa de aceleração na Carnegie Mellon University, nos EUA. Vasco e Gonçalo partiram à aventura do outro lado do oceano, o que lhes deu a oportunidade de «aprenderem com os melhores» e de angariarem clientes internacionais. Na mesma altura, João Leitão conseguiu um investimento junto das empresas Portugal

Ventures e Best Horizon, garantindo 600 mil euros.

Oficialmente fundada a 16 de Fevereiro de 2015, a empresa Followprice está sediada na Startup Lisboa e conta actualmente com sete funcionários para fazerem a ponte entre cerca de 15 mil utilizadores em todo o mundo, e dezenas de lojas *online* tanto a nível nacional como internacional, como a Fnac Portugal e o Kuantokusta. «Em média, há cerca de 700 pessoas por segundo a ver o botão», adianta Vasco.

Os compradores podem seguir qualquer artigo que tenha o botão 'Seguir Preço' associado, independentemente da loja. Os produtos são depois todos agregados a uma lista, onde a pessoa pode manter-se

Notificam preços e *stock*, mas também campanhas, sendo que, em média, há uma alteração de preço a cada 12 dias

a par daquilo que está a seguir e saber quanto baixou o preço do produto. Sempre que quiser, pode deixar de seguir um artigo, sem qualquer custo, deixando assim de receber as notificações.

«Notificamos preços e *stock*, mas também campanhas», explica João, com a ressalva que estes avisos são apenas enviados quando existe uma descida de preço superior a 3% ou quando a campanha está prestes a começar ou terminar. «Em média, há uma alteração de preço a cada 12 dias», acrescenta Vasco.