

EZTEC

DESAFIO

A EZTEC lançou um conjunto de mansões de alto valor, em uma das regiões mais valorizadas de São Paulo. A empresa optou por utilizar o marketing direto como alternativa para melhorar as vendas. O problema maior era: **como encontrar o público disposto a gastar R\$ 12 milhões em uma mansão?**

SOLUÇÃO

Com ações de **mala-direta**, comunicamos o lançamento dos imóveis para consumidores classificados por **renda, perfil de consumo e localização geográfica**, identificando **possíveis clientes aptos** a realizarem a compra.

RESULTADOS

Ao final do projeto, que aconteceu em fevereiro de 2013, conseguimos:

venda de 2



**lucro líquido de
mais de R\$9
milhões
para o cliente.**

