

# 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.**

