



## XIX Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica

SENDI 2010 – 22 a 26 de novembro

São Paulo - SP - Brasil

### Comercialização de Mídia – Conta de Energia Elétrica

<b>Julia Duayer</b>	<b>Cristiana Valente</b>	<b>Marco Antonio Vilela</b>
<b>Light S.E.S.A</b>	<b>Light S.E.S.A</b>	<b>Light S.E.S.A</b>
julia.duayer@light.com.br	cristiana.valente@light.com.br	marco.vilela@light.com.br

#### RESUMO

A Light vem desenvolvendo desde junho de 2008 parcerias/permutas que envolvem a comercialização de espaço publicitário na conta de energia dos clientes de Baixa Tensão, que tem como foco a oferta de produtos em condições diferenciadas e exclusivas aos clientes Light, gerar novas receitas, melhorar a imagem da Light, a satisfação do cliente e os indicadores de qualidade internos, da Aneel e da Abradee.

#### Palavras-chave:

Conta/Fatura de Energia Elétrica

Mídia

Comercialização

Troca

Parceria

#### 1. INTRODUÇÃO.

A Conta de Energia Elétrica é um documento importante de relacionamento e comunicação com os consumidores, pois é um veículo de informações periódico/mensal obrigatório, da concessionária para seus 3,9 milhões de clientes.

Observando o potencial dessa mídia, a Light vem desenvolvendo, desde junho de 2008, um plano de valorização para a mesma, de forma a agregar valor à comunicação que chega à 100% das residências atendidas pela empresa, mitigando o impacto negativo natural do

recebimento de uma fatura de cobrança, que informa o valor do pagamento pelo serviço utilizado (dedução da renda familiar mensal), oferecendo no mesmo documento ofertas, benefícios e produtos exclusivos, através de parcerias com empresas do segmento de cinema, beleza, varejo, telefonia etc, que trazem impacto positivo e expectativa relevante, criando ainda entre cliente e empresa um importante elo de fidelização.

## **2. DESENVOLVIMENTO.**

### ***2.1. Valoração dos Espaços da Mídia Conta de Energia Elétrica.***

No início do projeto, 2008, houve a necessidade de valoração dos espaços disponíveis na conta de energia elétrica (baixa tensão – clientes do varejo), para que fosse possível e viável a comercialização dos mesmos e a prospecção de parceiros potenciais, interessados em veicular suas marcas, produtos e serviços nesse canal de comunicação.

Como é uma ação ainda embrionária no mercado do setor elétrico, não foi possível a troca entre concessionárias. Os valores definidos e divulgados ao mercado se basearam em pesquisa de preços cobrados pelo setor de mídia impressa – jornais e revistas, por centimetragem, pela localização do espaço disponível (proximidade com o valor da conta, que é o dado mais lido pelos clientes), qualidade do veículo, quantitativo de documentos impressos e emitidos – 3,9 milhões/mês, assim como na importância que uma fatura mensal representa como um documento obrigatório de leitura e atenção pelo consumidor que a recebe.

Sendo assim, foram definidos três espaços como potenciais para comercialização: o primeiro, na parte interna da conta, que apesar de pequeno é o mais próximo do valor a pagar e os outros dois, são na parte externa conta - verso (maior dos espaços, que pode ser segmentado) e faixa inferior, conforme pode ser observado na figura 1. Os demais espaços disponíveis são utilizados para mídia institucional.

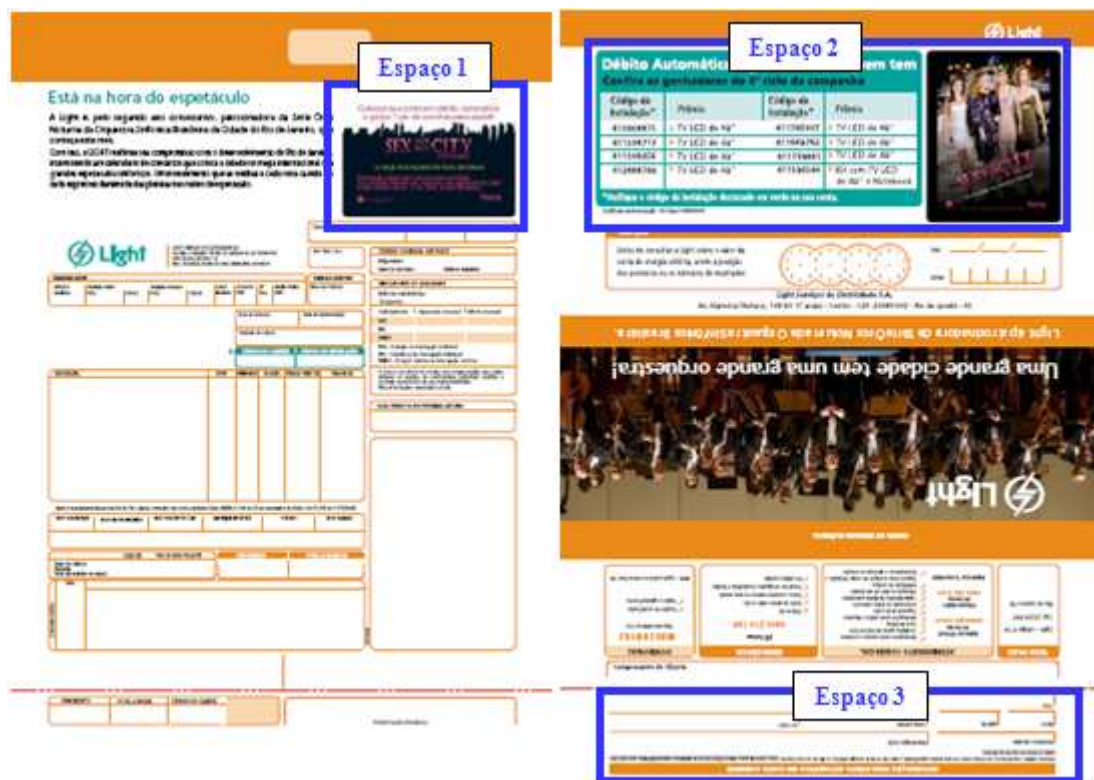


FIGURA 1: Conta Junho 2008 com a veiculação do Filme “Sexy and the City” e demarcação dos espaços (1, 2 e 3) que podem ser comercializados.

## 2.2. Prospecção de Parceiros e Permuta de Mídia.

A escolha dos parceiros é feita por peso e conhecimento da marca, idoneidade, qualidade e ética, assim como pela penetração do serviço e produtos no mercado varejo, ou seja, com ofertas de interesse do nosso público alvo. Dessa forma, focamos em empresas do segmento de cultura e entretenimento, beleza, telefonia e grandes varejistas.

As parcerias podem ser feitas a partir de três modelos de negócio:

1º. A empresa parceira pode comprar da Light o direito de utilização da mídia, pagando pelo valor (em R\$) de mercado estipulado, para espaço escolhido, veiculando a propaganda publicitária do seu produto ou serviço, gerando à Light receita adicional. Sempre oferecendo descontos e benefícios exclusivos para o cliente da Light. Ex. Parceria com a Oi Telefônica e Editora Abril.

**PEÇA UM OI FIXO POR R\$ 29,90/MÊS E TENHA 230 MINUTOS PRA FALAR.**

Ligue pra 0800 282 0231 ou vá a uma Loja Oi Atende.

TARIFA PLANA	INTELEFONEIA CONVENCIONAL	SERVIÇOS	OUVIDORIA
Light - 0800 021 0190 Ligação gratuita De 9h às 18h (12h) De 9h às 18h (12h)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atendimento em português</li> <li>Atendimento em espanhol</li> <li>Atendimento em inglês</li> <li>Atendimento em francês</li> <li>Atendimento em alemão</li> <li>Atendimento em italiano</li> <li>Atendimento em japonês</li> <li>Atendimento em coreano</li> <li>Atendimento em chinês</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>24 horas</li> <li>0800 021 0190</li> <li>Atendimento em português</li> <li>Atendimento em espanhol</li> <li>Atendimento em inglês</li> <li>Atendimento em francês</li> <li>Atendimento em alemão</li> <li>Atendimento em italiano</li> <li>Atendimento em japonês</li> <li>Atendimento em coreano</li> <li>Atendimento em chinês</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>0800 282 0231</li> <li>Atendimento em português</li> <li>Atendimento em espanhol</li> <li>Atendimento em inglês</li> <li>Atendimento em francês</li> <li>Atendimento em alemão</li> <li>Atendimento em italiano</li> <li>Atendimento em japonês</li> <li>Atendimento em coreano</li> <li>Atendimento em chinês</li> </ul>

**Muita energia em 2009.**

Para um Rio novo e iluminado, use sua energia.

**Atenção!** 0800 021 0190

**PEÇA UM OI FIXO POR R\$ 29,90/MÊS E TENHA 230 MINUTOS PRA FALAR.**

Oferta especial pra você.

Ligue pra 0800 282 0231 ou vá a uma Loja Oi Atende.

FIGURA 2: Conta Dezembro 2008 com a veiculação de Promoção da Oi Telefônica.

**OFERTA EXCLUSIVA PARA VOCÊ, CLIENTE DA LIGHT!**

Assine uma revista da Editora Abril e ganhe um vale-desconto de até R\$ 100,00.

Assine Veja, Caras, Contigo! ou Exame e ganhe 1 vale-desconto de R\$ 100,00.

Assine as outras revistas da promoção e ganhe 1 vale-desconto de R\$ 40,00.

MAIS DE 30 REVISTAS. Escolha, assinie e economize!

Assine [www.assineabril.com.br/light](http://www.assineabril.com.br/light). Ou ligue para 0800 775 2980. Informe o código KC3J. De 2ª a 6ª, das 8 às 22h. Sábado, das 9 às 16h.

**Atenção!**

Antes de cancelar a Light informe o valor da conta de energia elétrica, assim a parcela das parcelas em um ano de rescisão.

Light Serviços de Distribuição S.A.

**OFERTA EXCLUSIVA PARA VOCÊ, CLIENTE DA LIGHT!**

Assine uma revista da Editora Abril e ganhe um vale-desconto de até R\$ 100,00.

Aproveite esta promoção!

Assine Veja, Caras, Contigo! ou Exame e ganhe 1 vale-desconto de R\$ 100,00.

Assine as outras revistas da promoção e ganhe 1 vale-desconto de R\$ 40,00.

MAIS DE 30 REVISTAS. Escolha, assinie e economize!

Assine [www.assineabril.com.br/light](http://www.assineabril.com.br/light). Ou ligue para 0800 775 2980. Informe o código KC3J. De 2ª a 6ª, das 8 às 22h. Sábado, das 9 às 16h.

FIGURA 3: Conta Maio 2009 com a veiculação de Promoção de assinatura de revistas da Editora Abril, exclusiva para o cliente da Light.

2º. A empresa pode acordar com a Light o pagamento em forma de permuta de mídia por produtos. Ou seja, a Light recebe do parceiro o valor de mercado estipulado para o espaço publicitário escolhido, revertido em produtos ou brindes para o cliente da Light – distribuídos, conforme regras pré-estabelecidas, nas agências de atendimento da Light. Essa forma de permuta também sempre está



associada à contrapartida de beneficiar o cliente da Light adimplente, em débito automático ou que opte por realizar o pagamento da sua fatura com Visa/electron nas agências de atendimento. Ex. Parcerias com as empresas Niely Gold e Sony/Espaço Z.

FIGURA 4: Conta Janeiro 2010 com a veiculação de produto Niley Gold, que presenteava com Kit de Beleza os clientes adimplentes (3 últimas contas pagas).

FIGURA 5: Conta Outubro 2009 com a veiculação do Filme “Tá chovendo hambúrguer”, parceria com as empresas Sony e Espaço Z, que presenteava com 2 ingressos do filme os clientes que pagassem a fatura com Visa Electron.



FIGURA 6: Conta Novembro 2009 com a veiculação do Filme “2012”, parceria com a empresa Espaço Z, que presenteava com 2 ingressos do filme os clientes que se cadastrassem em débito automático.

3º. A empresa pode acordar com a Light o pagamento em forma de permuta de mídias. Ou seja, a Light e o parceiro trocam suas mídias em valores equivalentes, de mercado. A Light veicula temas institucionais ou comerciais, como Direitos e Deveres do consumidor de energia elétrica; Dicas de Economia; Dicas de Segurança, em espaços publicitários da empresa parceira, que, por sua vez, veicula propaganda do seu serviço ou produto na conta da Light. Ex. Parceria com o Jornal do Brasil (Light veiculou temas comerciais no JB e Revista Programa, por algumas semanas) e com o Metrô Rio (Light veiculou temas comerciais em painéis em mais de 30 estações do Metrô Rio e mensagens de áudio nos vagões do metrô, com dicas importantes para o cliente).



### 2.3. Parcerias Desenvolvidas.

Durante pouco mais de dois anos, a Light já realizou 26 parcerias de veiculação na Conta de Energia Elétrica de Baixa Tensão, com grandes empresas do mercado e beneficiou mais de 40 mil clientes. Nos quadros a seguir pode ser observado o detalhamento das promoções de cada parceiro.

TABELA 1: Detalhamento das Parcerias Desenvolvidas em 2008.

Cliente	Clientes Beneficiados	Ação	Modelo de Negócio
PlayArte	3500	Filme "Sex and The City"	Permuta
PlayArte	2500	Filme "Viagem ao Centro da Terra"	Permuta
PlayArte	2000	Filme "Asterix nos Jogos Olímpicos"	Permuta
Time For Fun	500	Promoção "Disney On Ice"	Permuta
Editora Abril	N/A	Oferta exclusiva para o cliente da Light	Valor Pago
PlayArte	2000	Filme "Os Mosconautas no Mundo da Lua"	Permuta
Oi Telefônica	N/A	Oferta exclusiva para o cliente da Light	Valor Pago
Editora Abril	N/A	Oferta exclusiva para o cliente da Light	Permuta
<b>Total 2008</b>	10.500		

TABELA 2: Detalhamento das Parcerias Desenvolvidas em 2009 e 2010 (até março/10).

Cliente	Clientes Beneficiados	Ação	Modelo de Negócio
Niely	2.791	Kit de Beleza Niely	Permuta
Niely	2.791	Kit de Beleza Niely	Permuta
PlayArte	3.400	Filme "Ele não está tão a fim de você"	Permuta
Metrô	N/A	Campanha Dicas de Economia	Permuta Mídias
Editora Abril	N/A	Promoção Assinaturas p/ Clientes da Light	Valor Pago
Ediouro	1.000	Promoção Visa - Livro Paulo Coelho	Permuta
Metrô	N/A	Campanha Dicas de Segurança	Permuta Mídias
Ediouro	2.000	Revista "Luluzinha Teen"	Permuta
Espaço Z	2.000	Filme "A Verdade Nua e Crua"	Permuta
Sony/Espaço Z	2.000	Filme "Tá Chovendo Hambúrguer"	Permuta
Espaço Z	2.000	Filme "2012"	Permuta
Jornal do Brasil	N/A	Oferta exclusiva para o cliente da Light	Permuta Mídias
Walmart	N/A	Oferta exclusiva para o cliente da Light	Valor Pago
Conspiração	2.000	Filme "Xuxa em o Mistério de Feiurinha"	Permuta
Espaço Z	2.000	Filme "Alvin e os Esquilos 2"	Permuta
Niely	5.000	Adimplência - Kit de Beleza Niely	Permuta
Espaço Z	2.000	Filme "Percy Jackson e o Ladrão de Raios"	Permuta
Espaço Z	2.000	Filme "O Amor Acontece"	Permuta
<b>Total 2009/2010</b>	30.982		



## 2.4. Indicadores de Qualidade.

Para medir a taxa de sucesso do projeto de comercialização das mídias da conta de energia e de todas as promoções oferecidas junto ao nosso público alvo, a Light acompanha indicadores de qualidade. Entre eles, podemos citar a veiculação de matérias espontâneas em mídia externa/pública de grande circulação – impressas e *on line* e índice da Pesquisa anual da Abradee que avalia a satisfação do cliente com a nossa Conta de Energia Elétrica.

Totalizando os anos de 2008 e 2009, a Light obteve de retorno em mídias espontâneas positivas, sobre as parcerias realizadas na conta de energia elétrica, 112 veiculações, conforme detalhamento a seguir em gráficos.

*GRÁFICO 1: Retorno em Mídia Positiva Espontânea, das Parcerias realizadas em 2008.*

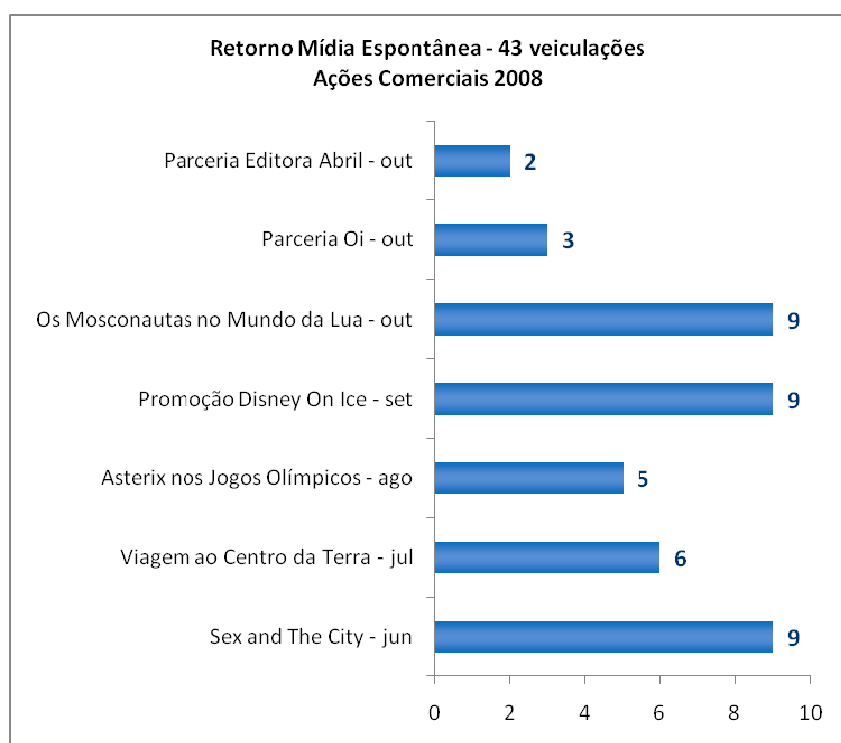
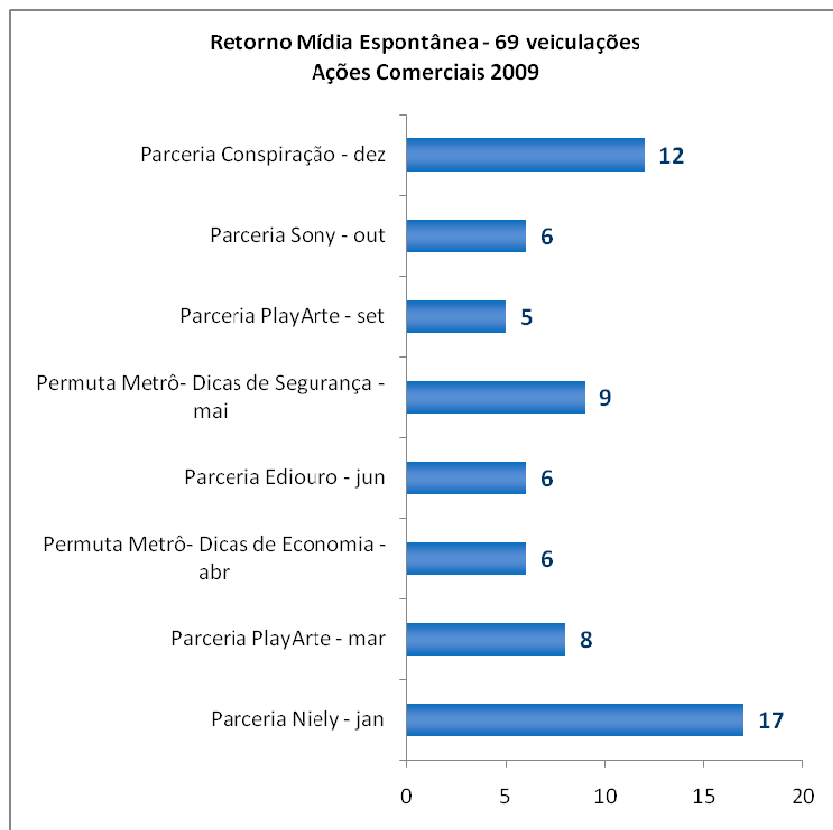
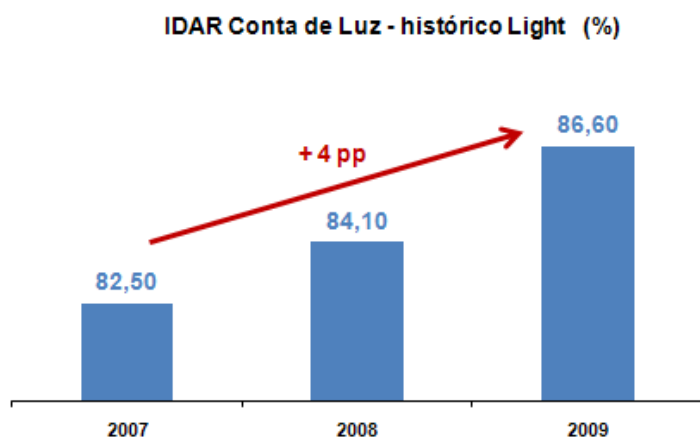


GRÁFICO 2: Retorno em Mídia Positiva Espontânea, das Parcerias realizadas em 2009.



Na Pesquisa Abradee de Satisfação do Cliente Residencial, é apurada a satisfação do Cliente com a fatura de energia, através do IDAR (Índice de Desempenho da Área de Qualidade) - Conta de Luz. Na Pesquisa Abradee 2009, 86,60% dos clientes da Light disseram estar satisfeitos ou muito satisfeitos com a conta de luz da concessionária. Além disso, o IDAR Conta de Luz cresceu 4 pontos percentuais de 2007 para 2009, comprovando o sucesso do projeto, conforme gráfico a seguir.

GRÁFICO 3: IDAR – Conta de Luz – Histórico Light (2007, 2008 e 2009).



### **3. CONCLUSÕES.**

O Projeto de comercialização de mídia da conta de energia elétrica de baixa tensão ainda está em vigor (2010) e a Light pretende continuá-lo e expandi-lo à outros canais internos como agências de atendimento e site, devido o grande sucesso do mesmo junto aos clientes, empresas parceiras e mercado. Além disso, já estamos estudando tecnologia adequada e fornecedor para impressão dessas mídias segmentadas, a fim de agregar valor ao produto/serviço ofertado nas faturas.

A qualidade do projeto, dentre as razões já citadas neste documento, deve-se ainda à fatores estratégicos de benefícios diretos aos clientes, empresas parceiras e à Light como: Facilidade em aderir à promoção - agências de atendimento da Light; Apelo emocional, através de brindes que geram nova experiência para o cliente; Impacto na comunicação visual da conta de energia; Abordagem através de mídia espontânea em veículos em grande porte; 3,9 milhões de documentos mensais entregues aos clientes; Permuta de espaço das mídias (Conta de energia, Site e Display de Mídia nas agências comerciais), minimizando custos para desenvolvimento de Campanhas; Geração de novas receitas avindas de pró-labore e parcerias com empresas de diversos segmentos; Melhoria da imagem da empresa advindas de mídia espontânea em diversos veículos e Melhoria da satisfação do cliente (brindes e descontos exclusivos).