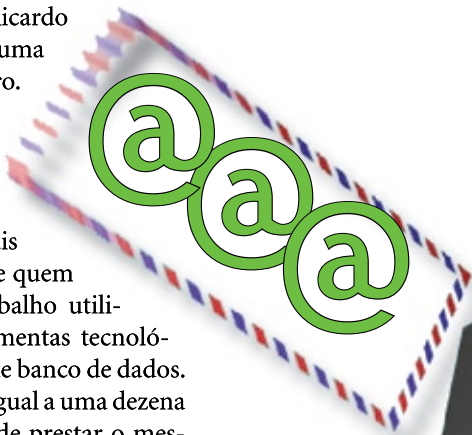




Ao sentar na frente de um potencial cliente, o empresário José Ricardo Afonso costuma seguir o mesmo roteiro. Primeiro ele apresenta a sua empresa, a Fortis. Diz que o seu negócio é enviar emails informativos ou promocionais para a base de clientes de quem o contrata. Faz esse trabalho utilizando sofisticadas ferramentas tecnológicas de gerenciamento de banco de dados. Até esse momento, ele é igual a uma dezena de companhias capazes de prestar o mesmo serviço com um custo até mais baixo que a Fortis. Nessa situação, o empresário saca a carta da manga. É o momento que o interlocutor estará comparando a Fortis aos concorrentes. “Não somos um simples disparador de emails. Corremos riscos junto com os nossos clientes”, diz Afonso. Ao fazer essa afirmação, ele dispara a mensagem final: a Fortis garante entregar no destino 85% dos emails enviados. Caso não cumpra essa meta, a companhia paga uma multa por cada mensagem perdida. Afonso até agora nunca precisou colocar a mão no bolso, mas o discurso já conquistou marcas como o portal Yahoo!, a fabricante de celulares Nokia, a loja francesa FNAC e o banco Santander. Só para o Yahoo! São centenas de milhares de emails enviados todos os meses. A empresa americana só aceitou fechar o acordo após enviar um grupo de engenheiros dos Estados Unidos



O senhor dos emails

para auditar os computadores da Fortis.

Afonso toma algumas medidas antes de fazer o primeiro disparo para qualquer cliente. Os técnicos da Fortis costumam analisar toda a base de dados e fazem testes para descobrir duplicidade de emails, contas inativas ou aquelas inexistentes. A cada envio, o processo é repetido até que as informações estejam completamente depuradas. e as informações atualizadas. O modelo de negócio da Fortis é simples. Os

A Fortis garante aos seus clientes que em cada 100 emails enviados 85 chegam à caixa postal do destinatário

clientes remuneram em centavos cada mensagem enviada e ainda podem ter relatórios em tempo real sobre cada email distribuído aos seus clientes. Um dos problemas enfrentados pela Fortis é que às vezes os provedores de internet identificam o disparo em massa como spams, as mensagens indesejáveis que trafegam pela rede em todo o planeta.

Essa questão exige uma atenção especial. Afonso costuma fazer repetidas visitas às empresas de internet para resolver o problema. “Não fazemos spam porque quem recebe o email autoriza o envio da mensagem”, diz. “Quando apresento a nossa carteira de clientes, as dúvidas somem e tudo volta a normalidade.”