

Macao Ideas -- Long Cheong Hong

A Long Cheong Hong é um estabelecimento comercial integrante do “Projecto de Reconhecimento de Loja Certificada” do CC, tendo os seus produtos expostos no “Macao Ideas” do Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau (IPIM) para efeitos de publicitação e promoção. “Macao Ideas” tem como objectivo promover ao público os produtos “Fabricados em Macau”, de “Marcas de Macau” ou “Concebidos em Macau”, enquanto o “Projecto de Reconhecimento de Loja Certificada” do CC visa apoiar os estabelecimentos comerciais na melhoria da qualidade dos bens e serviços. Nesta edição, citaremos a entrevista dessa empresa, realizada pelo “Macao Ideas” do IPIM.

Long Cheong Hong - Um Exemplo de Marketing Inovador

Fundada em 1999 e com mais de 20 anos de experiência na venda a retalho de marisco e frutos do mar secos, a Long Cheong Hong tem esforçado constantemente por oferecer aos seus clientes produtos de qualidade a preços convidativos. Desde que tomou conta do negócio da família, e em linha com o desenvolvimento do mercado, o Director-Geral Lei Ka Hou lançou a sua própria marca de alimentos pronto para consumo “Emperor”. Simultaneamente, e de modo a dar início a uma nova era de estratégias de negócio para a empresa, tem desenhado kits de lembranças, luxuosamente embalados, para oferta em casamentos e festividades, e também tem cooperado com celebridades da Internet.

Cuidar da apresentação e procurar a melhoria contínua

No passado, a Long Cheong Hong dedicava-se exclusivamente ao processamento de mariscos secos, fornecendo vieiras e abalones processados e demolidos a grandes restaurantes e hotéis de Macau. Actualmente, mais de metade das encomendas são provenientes da indústria local de *resorts* turísticos e os produtos vendidos são oriundos da Indonésia, Japão, Austrália e América do Sul. A empresa possui o seu próprio departamento de vendas a retalho, fábrica de processamento e embalagem, assim como três lojas distribuídas no NAPE e na Areia Preta.

O Director-Geral acredita que as pequenas e médias empresas de Macau possuem a vantagem de serem altamente flexíveis e capazes de, a qualquer momento, ajustarem o seu negócio às necessidades dos clientes. Por esse motivo, de modo a ir ao encontro das necessidades de conveniência da tão atarefada população urbana, foi lançada a marca de enlatados “Emperor”. A marca inclui

abalone, ninho de andorinha, pepino do mar e sopa prontos para consumo instantâneo, bastando apenas aquecer e estão prontos a consumir. Os produtos têm tido boa aceitação por parte do mercado. Adicionalmente, a Long Cheong Hong tem seguido activamente a mudança de tendências. Já há alguns anos que a empresa reparou nos elevados requisitos das grandes empresas do ramo dos *resorts* turísticos relativamente à apresentação dos produtos. Em resposta, Sr. Lei Ka Hou formou uma equipa de *design*, lançou produtos com embalagens totalmente renovadas e recebeu grandes encomendas de embalagens para oferta por parte de muitas destas empresas. Ainda na lógica do “vinho velho em garrafa nova”, mantendo a qualidade do produto original, a Long Cheong Hong tem também lançado, nos últimos anos, *kits* de lembranças, luxuosamente embalados, para oferta em casamentos e festividades, que têm tido muito boa aceitação por parte dos clientes. Lei Ka Hou acredita que a qualidade da embalagem pode trazer um novo impacto positivo às vendas.

Avançar com os tempos e fazer uso das novas tecnologias

No que diz respeito a vendas e canais de marketing, o Director-Geral está determinado a entrar no mercado online. Para além de páginas nas redes sociais, tomou a iniciativa de colocar os seus produtos em plataformas de comércio electrónico do Interior da China, fazendo também uso da análise de mega dados e de celebridades da Internet com o objectivo de abrir novos mercados para a Long Cheong Hong: “Nos últimos dois anos, comecei a publicitar no motor de pesquisa Google. Através da utilização de mega dados, consigo compreender, com maior rigor, o potencial mercado para a marca e fazer uma melhor concentração dos recursos de marketing para obter uma maior eficiência.

Além disso, em 2019, tentei cooperar com plataformas que conduzem vendas em transmissões em directo do Interior da China e fazer com que celebridades da Internet promovessem os produtos nos seus vídeos. Logo na primeira hora, obtive vendas na ordem dos cinco dígitos.”

Qualidade comprovada, maior confiança

De modo a aumentar ainda mais a visibilidade dos produtos e a preparar o caminho para a cooperação no mercado regional, a Long Cheong Hong conseguiu, no final do ano passado, obter o certificado de segurança alimentar HACCP (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle), emitido pela Agência de Garantia da Qualidade de Hong Kong. Consegue, desta forma, comprovar que todo o processo de retalho de mariscos e frutos do mar, incluindo processamento, embalagem, armazenamento e transporte, se encontram conforme os requisitos da Agência de Garantia da Qualidade de Hong Kong, assegurando o reconhecimento internacional da segurança e qualidade dos produtos.

Tendo ingressado em “Macao Ideas” do IPIM em 2019, Lei Ka Hou tem a esperança de, através da participação em diferentes exposições e eventos económicos e comerciais organizados pelo IPIM, fomentar a promoção dos seus produtos e promover a cooperação a nível empresarial. Tendo, durante o presente ano, sido afectada pela pandemia causada pelo novo coronavírus, a Long Cheong Hong planeia lançar diversas campanhas promocionais, incluindo uma edição limitada de presentes e um sistema de pontos de fidelização, de modo a aumentar as intenções de compra. A empresa planeia também aumentar activamente as vendas no Interior da China, negociar mais protocolos com plataformas de *streaming* do Interior da China, num esforço de recuperação dos efeitos da epidemia.