

A arte de bem vender

Uma maior proximidade com os clientes e uma elevada qualidade dos produtos são a imagem de marca do Supermercado Apolónia. Há 23 anos no Algarve, este espaço ganha cada vez mais adeptos, e são muitos os que palmilham quilómetros para aí fazerem compras.

Ao percorrer a Estrada Nacional 125 no Algarve, descobre-se, a poucos metros de Almancil, um supermercado de aparência banal. Ao aproximarmo-nos, a primeira coisa que nos vem à cabeça é que este é mais um daqueles pequenos estabelecimentos que praticam, normalmente, preços elevados e oferecem produtos com pouca qualidade. Mas bastam poucos segundos para que essa ideia se altere. Logo no estacionamento há algo de diferente. Tudo está sinalizado, a limpeza é total e a área é espagosa. A entrada propriamente dita é ampla e, contrariamente ao que geralmente se verifica, existem carrinhos de compras de várias dimensões, o que faz com que não tenhamos de levar um enorme para transportar apenas um saco de pão e um pacote de leite. A junção de todos estes aspectos revela, claramente, que este é um supermercado singular. Mais: variedade é coisa que não falta. É exactamente essa a intenção de Avelino Apolónia, o proprietário



Serviço personalizado, proximidade e contacto com o cliente são essenciais para o comércio tradicional sobreviver num mercado onde dominam as grandes superfícies

do espaço. "O Supermercado Apolónia tem como conceito disponibilizar um ambiente e um serviço integrado,

diferenciado pela elevada qualidade, onde a diversidade e a inovação de produtos fazem com que o acto de



"O Supermercado Apolónia tem como objectivo oferecer aos clientes os melhores preços, acompanhando a concorrência, sem sacrificar o investimento na qualidade do serviço"

Avelino Apolónia
Proprietário do espaço



fazer compras se torne num prazer", sublinha o mentor do projecto.

Bem-vindol

Começando a percorrer o supermercado, facilmente se constata que há de tudo, num sem-número de modelos, dimensões, quantidades, marcas e preços. Dos mais sofisticados aos mais banais, dos mais conhecidos aos mais populares, dos mais estranhos aos mais folclóricos, são vários os produtos alimentares comercializados. A oferta convive de mãos dadas com o cuidado e com a apresentação, que se revelam factores de sucesso para aquele espaço. "Temos uma das maiores variedades de frutas e legumes, alimentos importados, charcutaria e vinhos", sublinha Avelino Apolónia. Peixe fresco, defumado e congelado; todas as carnes e charcutarias da Europa; os melhores vinhos do mundo, de onde se destacam, como não poderia deixar de ser, os portugueses. Ali existe de tudo um pouco. Mas a oferta não se fica por aqui. Há ainda que referir a enorme

multiplicidade de queijos, quer nacionais quer estrangeiros, a fruta e a hortalça. Todos os produtos se encontram devidamente lavados, embalados e etiquetados, algo que por vezes não acontece nos supermercados. Caminhando para a secção da padaria, descobre-se pão fresco, bolos, tartes, iguais ao que de melhor se faz em França, Itália, Inglaterra ou Alemanha. Artigos mais requintados, como *ricotta* e *mascarpone*, encontram-se ao lado de outros mais populares, como é o caso das *beldroegas* e das *azedas*. Outros pequenos mimos como *foie gras*, *sushi* e três espécies de *rucola* fazem, também, parte do *stock*. Para além de tudo isto, o atendimento de primeira qualidade e o profissionalismo dos empregados, que ganham charme com o ar algarvio, são o remate perfeito.

A fama deste estabelecimento comercial propagou-se de tal modo pelo Algarve que já não é invulgar ouvir-se algo do género: "Se não encontrar o ingrediente que procura, então vá ao Apolónia, porque eles de-

vem ter", refere o dono do espaço com uma dose q.b. de orgulho. Para tal contribuem também os preços praticados. Segundo Avelino Apolónia, "o supermercado tem como objectivo oferecer aos clientes os melhores preços, acompanhando a concorrência, sem sacrificar o investimento na qualidade do serviço".

Contrariando a tese de que os pequenos supermercados estão condenados à falência, devido às grandes superfícies comerciais, Avelino Apolónia afirma que "os pequenos supermercados têm o futuro assegurado". Para tal basta que "deixem de concorrer com o que os hipermercados oferecem, concorrendo no que eles não podem oferecer: um serviço personalizado, proximidade e contacto com o cliente", conclui.

Como um negócio conduzido desta forma só pode redundar no êxito, está prevista a conclusão do primeiro centro de distribuição e a construção de uma nova unidade comercial, duas apostas da política de expansão do Supermercado Apolónia.