

Foco nos resultados

Um período de transformação, progressos e desenvolvimento. É assim que definimos o ano de 2018 para a Liq.

No dia 12/03, divulgamos os resultados do quarto trimestre de 2018 (4T18) e do ano passado, e seguimos com foco em oferecer soluções que nos posicionem como a única empresa de *Customer Experience all-line* do Brasil, acompanhando diretamente as perspectivas e características do novo *shopper*. Investimos cada vez mais em uma abordagem “*digital*”, unindo as oportunidades dos ambientes físico e digital para entregar serviços com mais qualidade e eficiência aos nossos clientes.

Mantivemos o empenho na eficiência operacional, com resultados que destacaram a retomada da nossa lucratividade, por meio de forte gestão estratégica, racionalização de custos e despesas e da capacidade instalada, entre outras iniciativas. Os esforços empenhados ao longo dos últimos trimestres, com o objetivo de melhorar a eficiência operacional, foram refletidos em termos de redução de Custos de Serviços Prestados e de despesas CG&A e contribuíram para a conquista do melhor EBITDA dos últimos 12 meses.

Os resultados positivos dos segmentos de Tele vendas, Retenção, Cobrança e Trade & Live Marketing, reforçam o posicionamento estratégico em serviços que geram receita aos nossos clientes. Também mantivemos crescimento expressivo dos serviços de Trade & Live Marketing, com Receita Operacional Líquida (ROL), sendo 63,4% maior em 2018 na comparação com 2017.



Estes resultados refletem o empenho da Liq na busca por novas soluções tecnológicas com foco em inovação, reforçadas pelo Comitê de Inovação e a parceria com startups.

A Liq defende fortemente a ideia de *Customer Centric*, posicionando as necessidades dos consumidores no centro de sua estratégia. A Companhia investe em soluções de alta tecnologia, oferecendo aos seus clientes soluções personalizadas para encantar seus consumidores, cada vez mais conectados e exigentes.

Estou bastante otimista em relação ao futuro. Tenho certeza que as medidas tomadas ajudam a consolidar a Liq em um novo nível de diferenciação e posicionamento de mercado. A meta é oferecer cada vez mais uma experiência fluida, tornando a jornada de consumo dos shoppers mais integrada.

Um abraço,

Marcelo Chianello
CEO



Novo Diretor Sênior de Negócios

A Liq anuncia **Antônio Chaves de Araújo Neto** como o novo Diretor Sênior de Negócios (responsável por toda a cadeia de operações e negócios CRM e Multissetor) da Companhia. O executivo assume o cargo com a missão de ampliar ainda mais a presença da empresa no mercado de varejo e tecnologia.

Na Liq há 18 anos, o executivo iniciou sua carreira na empresa como atendente. Depois,

assumiu as áreas de planejamento estratégico e atendimento. Neto é graduado em Administração de Empresas e possui MBA em Gestão Financeira pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Ao longo de sua trajetória profissional, recebeu importantes premiações do setor, incluindo o Prêmio Internacional IEXcellence Award, na categoria *Best Practices Multisite*.



Programas de fidelidade

Uma boa estratégia para fidelizar consumidores é oferecer vantagens que os surpreendam. Nesse cenário, as marcas estão cada vez mais investindo em programas de fidelidade para fortalecer e estreitar seu relacionamento com os shoppers. Entenda mais no artigo de Marco Hermo, Diretor de Vendas, Produtos & Marketing. **Leia mais.**



O SHOPPER MUDOU E NÓS TAMBÉM.