

Clube do Malte celebra seis anos de vida com crescimento e novos projetos

A marca que surgiu em 2010 como uma loja-conceito que reunia restaurante, bar e empório de cervejas no mesmo lugar tem muito a comemorar em seu aniversário de seis anos. Com uma expansão que teve como características a agressividade e a ousadia em um mercado relativamente novo para o brasileiro, o Clube do Malte é um dos principais negócios do país quando se fala de cervejas especiais.

Hoje com duas lojas físicas na cidade de Curitiba, no Paraná, sendo uma delas dedicada para a venda de produtos colecionáveis do universo cervejeiro (Beer Happy), a marca mudou de patamar em 2012 a partir do momento em que adotou a estratégia de investir na venda por e-commerce.

Se em inovação o Clube do Malte dá aula, em crescimento a história não é diferente. A receita bruta da marca cresceu 50% de 2014 para 2015, indo no sentido contrário ao da situação econômica do país e sua base de clientes cresceu 150% em um ano a partir da adoção da estratégia digital de inbound marketing.

Para este ano, além da loja física recém-inaugurada, o Clube do Malte promete novidades em seu Beer Pack, carro-chefe do seu e-commerce que consiste em um serviço de assinaturas que entrega mensalmente na casa dos clientes uma seleção temática de cervejas e produtos colecionáveis, e novidades em sua gama de bebidas que já inclui mais de 600 rótulos do Brasil e do mundo.

A comemoração de seis anos de vida já tem local definido para acontecer: o site do Clube do Malte (www.clubedomalte.com.br) que vai fazer, de 8 a 10 de julho, a maior promoção de cervejas da internet brasileira: serão mais de 200 ofertas com os melhores preços do mercado para que o maior parceiro da empresa, o consumidor, também possa celebrar as conquistas da marca. "É uma data muito importante. Além de comemorar mais um ano de vida do nosso negócio, é uma ação que reforça o vínculo com nossos clientes e fornecedores", diz Douglas Salvador, CEO do Clube do Malte.