

Use mÃ-dias online para potencializar a venda de veÃ-culos

Na era da informação, investir em mídias online se tornou item essencial para o sucesso dos negôcios em vários segmentos. E para as revendas e garagens de veículos isso não é diferente. De acordo com um estudo do Google de 2010, 56% dos compradores de carros usados e 51% dos compradores de zero quilômetro no Brasil usaram a internet como principal fonte de pesquisa, à frente dos meios tradicionais como televisão, jornais e revistas e opinião de amigos e familiares. Veja a seguir alguns cases e estratégias tanto de montadoras como revendas para incrementar as vendas de veículos a partir do meio online: Desenvolvimento de “virais” Um dos casos mais recentes de campanhas de veículos que se tornaram virais foi a dos “Pôneis Malditos”, criada para aumentar a lembrança da marca Nissan e do seu modelo Frontiner. A ousadia de juntar elementos “focos”, uma música grudenta e uma suposta maldição no final do vídeo no youtube, fizeram com que pôneis chegassem ao primeiro lugar no “Trend Topics” (os termos mais citados do Twitter), e ganhassem até discussões filofôficas nas redes. Além disso, a montadora viu as vendas da Frontier, estrela do comercial, registrarem um aumento recorde de vendas no mês da campanha. Foram comercializadas 1.488 unidades em agosto de 2011, 110% mais que no mesmo mês em 2010. Criação de fan pages no Facebook Mídias sociais e conteúdo em vídeo combinados fizeram o sucesso da campanha do New Ford Fiesta no Facebook, intitulada como New Fiesta Stories. A ação, realizada em 2010 combinou comerciais de TV, que geravam curiosidade no público, e uma campanha na rede social que complementava a geração de atenção para as estôrias contadas por “personagens reais” nos diversos filmes, criando uma relação de identificação e empatia com o público. Mas a Ford Brasil não parou por aí:. Atualmente, a montadora tem mais de 210 mil “curtir” em suas cinco páginas no Facebook. Cada canal traz novidades atualizadas sobre os diversos produtos e ações da montadora, incluindo lançamentos, participações em eventos, recursos de seus carros, tecnologia, segurança e sustentabilidade. Ter um site e sistema de gestão online Contar com um endereço exclusivo na web não é mais um luxo para poucos, e sim uma regra para empresas que querem sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo. Mas um site não deve ser encarado apenas como cartão de visitas para atrair clientes. Já existem vários sistemas que além de inserir a empresa no meio virtual, funcionam como uma ferramenta de gestão, integrando um painel administrativo que realiza o controle de estatísticas, organiza contas a pagar e receber, cadastra clientes interessados, entre outras atividades. É o caso do ville Veículos (www.villeveiculos.com.br), uma solução corporativa online que disponibiliza Site personalizado + Websistema + Versão mobile na categoria SaaS (Software como Serviço, em português). Nesse modelo, o sistema é executado nos servidores do fornecedor, sem a necessidade de instalação de programas no computador, bastando apenas o acesso à internet. Anunciar em grandes portais de veículos Custo zero e possibilidade de inserir galeria de fotos e vídeos dos veículos são algumas das vantagens oferecidas pelos portais de classificados de automôveis, como por exemplo www.olx.com.br, www.zapcarros.com.br e o www.villebusca.com.br. Neles, o interessado em comprar um veículo poderí conferir suas ofertas quantas vezes quiser, enquanto seus anúncios estiverem no ar. Vale ressaltar que Os anúncios são vistos por um público especial. A maioria dos internautas tem efetivo poder de compra e já estão predispostos a adquirir um veículo. Basta agora escolher uma das alternativas ou todas e bons negôcios.

Sobre o Autor

 Autoria: Gabriely Sant’Ana Jornalista e Atendimento na empresa villevox Comunicação e Marketing Online

Source: <http://www.artigopt.com>