

Veículo: Portal TeleQuest

Assunto: Para vender carros na internet, use uma câmera de vídeo

Estado: SP

Data: 12 de dezembro de 2014

Link: <http://www.ethevaldo.com.br/portal/index.php/opiniaao/2919-para-vender-carros-na-internet-use-uma-camera-de-video>



Para vender carros na internet, use uma câmera de vídeo

Igor Kalassa *

Segundo o Youtube, o volume de buscas automotivas no portal subiu quase 5.000% nos últimos 5 anos, bem acima da média de outros itens

Com uma câmera na mão e uma ideia na cabeça é possível revolucionar até mesmo o cinema brasileiro, ensinou o cineasta Glauber Rocha nos anos 60 do século passado. Imagine essa lógica simples aplicada às concessionárias de automóveis na era digital. Atualmente, produzir e publicar um vídeo deixou de ser um trabalho complicado e passou a ser uma ferramenta importante para atrair clientes que buscam informações de carros na web antes de comprar na loja física.

O número de usuários que entram em plataformas de vídeos para tirar dúvidas sobre modelos e marcas cresceu de forma espantosa. De acordo com dados do YouTube, o volume de buscas automotivas no portal subiu quase 5.000% nos últimos cinco anos, muito acima da média registrada no buscador do Google. A tendência é que o índice continue subindo, especialmente devido à popularização do Facebook como espaço para publicação de vídeos – números da ComScore mostram que em agosto de 2014 a rede social passou o Youtube em número de visualizações pela primeira vez.

Conteúdo relevante

Disponibilizar vídeos para os usuários representa uma oportunidade de oferecer conteúdo relevante ao consumidor que está pesquisando diferentes modelos de automóveis. É mais eficaz do que colocar manuais, detalhes técnicos ou longos textos no site para o usuário ler na tela do computador ou na do dispositivo móvel. O cliente tende a escolher a concessionária que posta a informação necessária da forma mais simples e fácil possível.

No entanto, o material não pode ser pobre. Ele é a porta de entrada da concessionária para os novos e atuais clientes. Por mais que a empresa invista em links patrocinados e anúncios digitais, é o conteúdo que garante a boa visibilidade do site e da marca nos principais canais busca da Internet. É a melhor forma gratuita de aparecer na web. Quanto mais material a companhia disponibilizar nos canais de comunicação, melhor.

Visibilidade online

Ter uma boa visibilidade na rede e saber trabalhar com os meios digitais passou a ser um item fundamental para o setor automotivo brasileiro. O mercado não vive a sua melhor fase, mas pode se reerguer se souber localizar e cativar os consumidores online. A tendência é acentuar cada vez mais o caráter omnichannel do usuário, buscando entretenimento e informação personalizados em todos os lugares que visitar, seja no mundo real ou virtual.

Alguns acadêmicos dizem que vivemos no mundo das imagens – algo que só foi possível com o avanço da tecnologia. Ter vídeos e conteúdos que conversam e interagem com as pessoas faz parte da longa estrada que conduz os usuários até à porta da concessionária, transformando pageviews em importantes oportunidades de vendas para novos negócios.

** Igor Kalassa é CEO da **4Life**, agência especializada em CRM Social e Marketing Digital para Concessionárias*