

**Veículo:** Portal MetaAnálise

**Data:** 24 de abril de 2014

**Assunto:** 16% das concessionárias investem pouco em marketing digital

**Link:** [http://www.metaanalise.com.br/inteligenciademercado/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9803:16-das-concessionarias-investem-pouco-em-marketing-digital&catid=5:analise-setorial&Itemid=356](http://www.metaanalise.com.br/inteligenciademercado/index.php?option=com_content&view=article&id=9803:16-das-concessionarias-investem-pouco-em-marketing-digital&catid=5:analise-setorial&Itemid=356)



## **16% das concessionárias investem pouco em marketing digital**

Pesquisa avaliou mais de mil unidades de concessionárias automotivas em 503 cidades.

Pesquisa realizada pela **4Life Sistemas e Soluções**, com 1071 pontos de venda de concessionárias em mais de 500 cidades brasileiras, mostra que 16% (cerca de 170) não têm site na internet, estão na fase de construção, manutenção ou em mau funcionamento.

Considerada uma forma eficiente de alcançar público e clientes, as estratégias digitais levam mais de 85% dos anunciantes em todo o mundo a investirem em campanhas no Facebook, graças à extensa base de usuários da rede social, segundo pesquisa do site AdAge.com. Para Igor Kalassa, CEO da **4Life**, agência especializada em sistemas de gestão (CRM) social e Marketing Digital para concessionárias automotivas, os anúncios e campanhas desenvolvidos para as redes têm alcance em número elevado e configuram uma excelente opção para as concessionárias que querem se diferenciar.

“Enquanto as montadoras têm forte presença nas redes sociais, detectamos poucas concessionárias trabalhando corretamente neste canal. As redes sociais possuem mecânica única, permitindo que os fãs das páginas conversem com a empresa com baixo investimento”, afirma Kalassa.