

**Veículo:** Portal do Jornal Diário do Comércio

**Assunto:** Feirão digital alavanca as vendas

**Estado:** MG

**Data:** 19 de dezembro de 2014

**Link:** [http://www.diariodocomercio.com.br/noticia.php?tit=feirao\\_digital\\_alavanca\\_as\\_vendas&id=146525](http://www.diariodocomercio.com.br/noticia.php?tit=feirao_digital_alavanca_as_vendas&id=146525)

# DIÁRIO DO COMÉRCIO

## Feirão digital alavanca as vendas

Agências e concessionárias atingem público maior na internet do que em eventos físicos



Guimarães diz que ações foram realizadas no segundo semestre deste ano e geraram acréscimo de 30% a 35%/Divulgação

Os tradicionais feirões de carros que costumam reunir um grande público em estacionamentos de *shoppings*, supermercados ou centros de eventos ganharam um novo endereço: a internet. De olho no potencial que a rede tem para atrair consumidores, concessionárias estão investindo em feirões digitais, que oferecem ofertas e condições únicas para o cliente que navega pela *web*.

A ideia surgiu na agência paulista de *marketing* digital 4Life Sistemas, que oferece o desenvolvimento da página do feirão e o serviço de divulgação. O CEO Igor Kalassa afirma que a ação traz grande fluxo de clientes para as lojas, aumenta as vendas e custa muito menos que um feirão físico. "Se a concessionária for realizar um feirão físico, vai gastar muito mais com anúncios, espaço, decoração, além de ter que negociar horário de funcionamento. No feirão *on-line*, o cliente consegue visualizar a oferta 24 horas por dia", diz.

Ele afirma que o feirão digital dura entre quatro e cinco dias, mas algumas concessionárias ainda costumam prorrogar as ofertas por mais dois dias. Ele explica que para se caracterizar um feirão, a loja precisa oferecer condições e preços especiais, que realmente destaquem aquela ação da venda tradicional. Segundo ele, a divulgação é feita por anúncios no Google e nas redes sociais e é direcionada a usuários que estejam navegando em regiões próximas à concessionária. Kalassa afirma que a estratégia da 4Life é eficiente e normalmente atinge 70% do público-alvo do ofertante.