

**Veículo:** Portal Direito e Negócios

**Data:** 30 de maio de 2014

**Assunto:** Três lições para se diferenciar no mundo digital.

**Link:** <http://www.direitoenegocios.com/newsdino/?title=tres-licoes-para-se-diferenciar-no-mundo-digital&partnerid=102&releaseid=35589>



### **Três lições para se diferenciar no mundo digital**

30/05/2014 – Artigo redigido por Igor Kalassa, CEO da 4Life Sistemas e Soluções, agência especializada em CRM Social e Marketing Digital para Concessionárias.

Muito se discute sobre a velocidade da Internet e formas de se utilizar tanta informação. Os debates em torno do Congresso Digital Dealer, no início de maio, nos EUA, **deixam** claro que está cada vez mais difícil acompanhar tantas mudanças na área digital. Cada programa é atualizado com tanta frequência que o que é feito hoje, não dará o mesmo retorno em semanas ou até mesmo dias. Portanto, nada mais importante do que acompanhar as mudanças e evoluções.

Concessionárias norte-americanas investem mais da metade do orçamento publicitário na Internet e cobram resultados com maestria. Eles são obcecados em acompanhar processos e aí está a primeira lição. Ao sinal de qualquer alteração na meta atingida, provavelmente por alguma mudança nos programas (Google, Facebook, Twitter, LinkedIn, entre outras), eles modificam a estratégia para **buscar** os melhores resultados.

Profissionais do mundo inteiro buscam formas de se diferenciar no meio digital e isso já está acontecendo no Brasil. O componente humano sempre faz a diferença, mesmo no mundo online – sempre teremos pessoas atendendo, seja na loja física ou virtual. Aqui fica a segunda lição: foco nos profissionais que atendem os clientes. Durante o Congresso houve uma apresentação do Hotel Ritz Carlton sobre o treinamento dos colaboradores para conseguir o padrão elevadíssimo que exigem e transformam em diferencial. O importante é atender bem em qualquer canal, respondendo um e-mail com a mesma educação que devemos ter ao atender o telefone.

A terceira lição é a reputação online. Após a experiência de atendimento, os clientes postam, comentam, tiram fotos e avaliam as empresas. Nos EUA as concessionárias administram a reputação virtual, pois perceberam que existe

uma enorme correlação entre os visitantes do site e os resultados com as avaliações que recebem. No Brasil temos um grande volume de reclamações, mas ainda estamos engatinhando nas avaliações. O portal [www.iscdigital.com.br](http://www.iscdigital.com.br) permite isso, mas os consumidores não publicam tantas análises como no país norte-americano.

Muitas empresas buscam uma maior atividade nas redes sociais ao mesmo tempo que buscam entender como o comportamento do consumidor está mudando com a mesma velocidade da web.

Todos sentimos a velocidade das transformações e a quantidade de informações disponibilizadas diariamente. Cabe a cada empresário definir onde ele quer que sua empresa esteja nos próximos anos. Página um do Google ou...

\*\*O Digital Dealer é um evento que acontece anualmente nos Estados Unidos, e reúne mais de 2 mil participantes em mais de 100 palestras, workshops e estudos de casos, com especialistas em tecnologias e tendências do marketing digital e da indústria para o mercado automobilístico.