

Veículo: Portal Matraca Cultural

Data: 30 de maio de 2014

Assunto: Três lições para se diferenciar no mundo digital.

Link: <http://matracacultural.com.br/dino-publicador/?title=tres-lico-es-para-se-diferenciar-no-mundo-digital&partnerid=31&releaseId=35589>



Três lições para se diferenciar no mundo digital

*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 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.