

## **Fiat lança plataforma Live Store**

*Daniel Milani Dotoli*

Coordenada pela AgênciaClick Isobar, a Fiat lança no dia 1º de outubro a plataforma Live Store, que irá mexer com a maneira como as pessoas se informam e interagem com seus produtos, prometendo a "humanização" no processo de decisão de compra.

Ao acessar a plataforma pelo portal da montadora, o consumidor terá um atendimento por áudio e vídeo, ao vivo, feito por experts. Com uma microcâmera na altura dos olhos, eles mostram todos os detalhes do carro, permitindo que o cliente veja tudo em primeira pessoa, numa experiência imersiva. O objetivo é fazer com que o visitante esqueça que está na internet para se sentir dentro do carro. Eles podem tanto interagir com o expert como acompanhar o atendimento a outro consumidor ou, ainda, ver vídeos com demonstrações já gravadas.

Os experts, atores que foram treinados durante três meses para falar com propriedade dos automóveis e que irão, em grupos de cinco a cada vez, atender os clientes das 10 às 22h todos os dias da semana, usam um device na cabeça, o MyStream, especialmente desenvolvido para o projeto. Nele há uma microcâmera de alta resolução, um microfone, um fone de ouvido e um dispositivo de streaming. Além do MyStream, eles terão sempre um smartphone em mãos, com o qual podem compartilhar mais informações sobre os carros na tela, como cores e acessórios. Ao finalizar o atendimento, a Live Store permite que o consumidor agende um test drive em uma concessionária Fiat.

Segundo o diretor de publicidade e marketing de relacionamento da Fiat, João Ciaco, a nova ferramenta dá poder ao consumidor por meio de informações mais abrangentes e detalhadas. "O projeto tem perfil e objetivo híbrido: ele cumpre com um papel de divulgação dos produtos e aproxima o consumidor da marca, incentivando a ida às concessionárias para a realização do test drive. E torna a experiência de compra ou troca do automóvel mais divertida", diz, ressaltando que provavelmente é uma experiência inédita no mercado de automóveis mundial. "É pioneira inclusive se comparada a outros setores", completa.

O projeto inicia em fase experimental com cinco modelos da montadora - Freemont, Fiat 500 Cabrio, Novo Punto, Novo Palio e Strada Adventure. Não há ainda previsão se será estendido para outros carros, mas, segundo Ciaco, o potencial da ferramenta é enorme. "Estamos antecipando o futuro da relação de compra. E é algo que pode inclusive ser usado, futuramente, em outras áreas da montadora, como o pós-venda", ressalta.

Fred Saldanha, CCO da AgênciaClick, ressalta que a Fiat Live Store não é apenas mais um trabalho de publicidade, mas sim uma ação mercadológica que surge como um novo modelo de negócios. "Mais de 60 profissionais estão trabalhando no projeto desde o ano passado. Acredito que este seja o futuro da propaganda: fazer coisas que não pareçam propaganda, mas que sejam relevantes e desejadas pelas pessoas", afirma. "Afinal, a boa publicidade não precisa ter cara de publicidade", ressalta.

A plataforma tem estrutura montada em Betim, Minas Gerais, sede da montadora de origem italiana. Lá se encontra um estúdio de mais de 600 metros quadrados montado pela The Marketing Store - agência de ativação da Fiat e que funciona com a tecnologia da AgênciaClick Isobar.

**Fonte: Propmark, São Paulo, 23 set. 2013, p. 21.**