

Magazine Luiza anuncia suas novas lideranças do marketing

Ana Paula Rodrigues e Rafael Montalvão assumem área, que passa a ter nova estrutura

São Paulo, 2 de setembro de 2019 - O Magazine Luiza anuncia seus novos diretores de marketing. Ana Paula Rodrigues e Rafael Montalvão, ambos veteranos da empresa, assumem a área, que passa a ter uma nova estrutura. A partir de agora, o marketing do Magalu será dividido em dois: o marketing e o marketing e-commerce.

Ana Paula, há 16 anos na empresa, é responsável pela área de marketing. Seus principais desafios são gerir as estratégias de marca, de aquisição de clientes, de entrada em novos mercados e de desenvolvimento da frente de mídia online to store. Montalvão é o responsável pelo marketing e-commerce, que tem foco nas promoções online, na estratégia do superapp e na performance. Juntos, Ana Paula e Montalvão têm a missão de fortalecer a multicanalidade.

Ana Paula é formada em publicidade e tem MBA em marketing, pela ESPM. "Minha maior missão é materializar nosso posicionamento de marca e construir a imagem de plataforma digital, com pontos físicos e calor humano", diz. "E garantir a unidade e a sinergia entre todos os pontos de contato com o consumidor, em ambos os canais."

Montalvão também é formado em publicidade e tem MBA em Tecnologia da Informação na Comunicação. "Os desafios são manter o Magalu como o e-commerce com maior crescimento em audiência e faturamento e fortalecer nosso posicionamento como superapp", afirma Montalvão. "O consumidor já entendeu que nosso app é referência em grandes datas do varejo. Vamos ampliar isso para outras categorias e momentos, mantendo a comunicação #Temtudonomagalu."

Estratégia de sucesso

O marketing do Magalu é um dos destaques da empresa. O valor da marca da companhia, no último ano, cresceu cinco vezes e chegou a 2,5 bilhões de reais, segundo a consultoria Kantar. A capacidade de inovar constantemente explica esse resultado. O marketing do Magazine Luiza criou a Lu, maior influenciadora digital virtual do Brasil e dona do maior canal de Youtube do varejo mundial, com 1,6 milhão de inscritos. Lu também conta com 1,9 milhão de seguidores no Instagram, 9 milhões no Facebook e 340 000 no Twitter.

Nas redes sociais, ainda, o Magalu se destaca com o Magalocal. Todas as lojas físicas têm uma página própria no Facebook. Os gerentes criam, com instruções passadas pelo marketing, vídeos com muito humor, para anunciar as promoções de suas unidades e os impulsionam localmente, utilizando a rede social.

A empresa é vista como uma educadora digital, criando o reality show Missão Digital, que mostrava, na TV, como a tecnologia pode resolver problemas do dia-a-dia do brasileiro. As ações de performance também têm histórico de sucesso. Junto ao Google, a empresa foi case este ano no maior evento do Google (Google Marketing Live). O case do deeplink mostrou o aumento da conversão do app através da aplicação do deeplink em anúncios Google. Além disso, o Magalu é patrocinador dos principais quadros da TV brasileira, em programas de apresentadores como Faustão, Luciano Huck, Maisa e Rodrigo Faro.