

Dealer Login en el mercado Latino Americano

Con su producto Dealer Login, Africaua se establece en Paraguay, pasarela para la expansión dirigida al mercado de América Latina

Tras haber conseguido popularizar en 7 países de Asia y África sus portales dedicados a la compraventa de vehículos, procedentes tanto de particulares como de Concesionarias Oficiales, Africaua, en su más reciente aventura, apuesta por su expansión al mercado Latino.

Su cartera de servicios y productos incluye CMS, Portales, Paginas Web dedicadas y mantenimiento, que van dirigidos a ofrecer una solución completa de Marketing Online para las concesionarias de autos y otros vehículos.

En un sector en el que aparentemente existe una saturación, Africaua prioriza su estrategia en fomentar una relación estrecha con las concesionarias de automóviles, factor con el cuál destacan sobre la competencia.

Su principal producto, Dealer Login, que es el núcleo de su estrategia, es un Sistema de Manejo de Contenido (CMS Dealer Login) desarrollado conjuntamente con sus clientes, las concesionarias, potenciando así sus necesidades reales.

El CMS Dealer Login dispone de un interfaz sencillo e intuitivo a la vez que completo. Desde las básicas opciones de añadir, modificar y eliminar autos en stock, dispone también de herramientas de estadística y para los usuarios más avanzados la posibilidad de editar las páginas dedicadas (p.e : mi concesionaria punto com) para potenciar su posicionamiento. Desde dicho núcleo de operación, los autos cargados en el CMS se distribuyen, a través de 'feeds' automatizados, tanto a los portales y páginas webs dedicadas de la red de Africaua cómo son automoviles.com.py o clasipar , así cómo a otros clasificados o portales externos cómo OLX, Mitula, etc.... De esa manera se multiplica exponencialmente la publicidad a varios medios online ahorrando a la concesionaria el trabajo de publicar sus anuncios en las diferentes opciones del mercado.

Un factor decisivo que influye en el éxito que Africaua experimenta y ha hecho posible dicha expansión es manejar los recursos de forma sostenible cómo por ejemplo priorizando el posicionamiento orgánico o 'pull ads'; en vez de competir con tráfico a través de incrementos por 'push ads', factor que influye de manera directa en el costo para la concesionaria asegurando de esa manera el retorno de la inversión.

Presenciamos cómo grandes grupos de inversores, en un afán por popularizar sus portales, gastan grandes cantidades de dinero en publicidad y descuidan el desarrollo en SEO, CMS e infraestructura local que son precisamente los puntos donde Africaua sienta las bases de su estrategia. Resumiendo, empiezan la casa por el tejado cuando la clave es sentar unos cimientos fuertes que aseguren la calidad del contenido tanto para los que demandan autos como para los que los ofrecen.

Datos de contacto:

Diego Alonso van Camp

Dealer Login

Nota de prensa publicada en: [Asunción, Paraguay](#)

Categorías: [Automovilismo](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Dispositivos móviles](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>