

Magalu realiza queima de estoque anual e une inovação e tradição

Mais de 70 influenciadores divulgarão a diversificação de produtos e ofertas imperdíveis

Logo após o Natal, o Magalu já inicia as comunicações para sua mais tradicional data promocional, a Liquidação Fantástica. Conhecida por ser a maior queima de estoque do varejo, o evento proprietário acontece pelo 31º ano consecutivo, nas quase 1 300 lojas físicas, no aplicativo e no site da companhia. A liquidação é conhecida por atrair clientes que passam a madrugada, formando fila, na porta das lojas para entrar assim que abrem. “A Liquidação Fantástica é uma data esperada pelos nossos clientes pela tradição dos grandes descontos, por isso, as nossas comunicações trazem muitas novidades para os consumidores que irão até a loja e para aqueles que irão aproveitar pelo e-commerce”, diz Silvia Machado, CMO Magalu. A empresa usará inteligência artificial para fazer imagens super realistas de produtos no meio de pontos turísticos de capitais brasileiras.

A Liquidação Fantástica acontece na primeira sexta-feira do ano (5), com descontos de até 80%. “Muitos clientes aguardam o ano todo para aproveitar as ofertas da Fantástica, pois sabem que os preços são imbatíveis”, afirma a executiva. Nesta data, o Magalu será o masthead (publicidade do topo do site e app) no Youtube e também marcará presença com ações no Instagram, TikTok e Facebook divulgando preços imperdíveis, com estoques limitados.

A novidade deste ano são as ações de CGI, que usa computação gráfica, para simular ativações de mídia exterior por meio de Inteligência Artificial. O Magalu irá colocar produtos gigantes, como uma panela de pressão – um dos maiores sucessos da Liquidação Fantástica – em pontos turísticos de São Paulo e de Recife. Além disso, irá envelopar, virtualmente, a loja do bairro da Vila Guilherme, na capital paulista. Essas ações chamam a atenção dos internautas já que os pontos turísticos são familiares e a grande intervenção causa surpresa, quem vê a imagem fica na dúvida se a imagem é ou não real. “Este ano, vamos usar inteligência artificial, tecnologia que está super em alta, e aplicá-la em um evento que fazemos há 31 anos na companhia”, diz Aline Queirantes, gerente corporativa de marketing do Magalu. “É a união da inovação com a tradição”.

Magalu realiza queima de estoque anual e une inovação e tradição

Além de contar com um time de mais de 70 influenciadores para divulgar a Liquidação Fantástica, o Magalu ainda irá convocar seus afiliados, vendedores comissionados, para apresentar os melhores “achadinhos” à audiência. Esses produtos são conhecidos na internet, por quem garimpa promoções. Eles são divulgados por esses influenciadores de promoções, que trabalham para procurar as melhores ofertas e fazem um enorme sucesso nas redes sociais.

Na TV, Luciano Huck inicia a chamada para a Liquidação Fantástica, antes do ano novo, no dia 31, quando também começam as comunicações nos canais abertos sobre a queima de estoque. Os filmes reforçam que os clientes devem chegar cedo nas lojas para aproveitar as promoções.

Sobre o Magalu

O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de mais de 1.300 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 306 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O App da companhia é acessado por mais de 47 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.