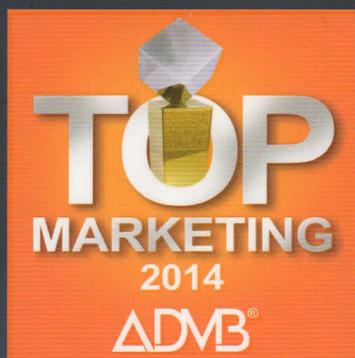


# mercado

**ADMB**<sup>®</sup>

ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE  
VENDAS E MARKETING DO BRASIL



**Bradesco Seguros**



EMPRESA  
VENCEDORA

TOP  
MARKETING  
2014  
ADMB®

Disal

## O TRADE MARKETING MANTENDO POSIÇÕES E CERRANDO FILEIRAS



No passado, a concorrência no mercado de consórcio automotivo se apresentava basicamente pelo consórcio das fábricas. Ou seja, a própria montadora de veículos desenvolvia sua estrutura de administração de consórcio e ofertava o produto, utilizando-se das equipes de vendas do showroom das concessionárias. Hoje, o cenário é outro. Muitas administradoras independentes da fábrica abriram as portas, se profissionalizaram e têm, cada vez mais, abocanhado participação nesse mercado.

De acordo com Luciana Precaro, diretora de vendas e marketing da empresa, essa crescente concorrência é que impulsionou a Disal a criar estratégias diferenciadas para

inovação em um mercado aparentemente restrito e fechado a ações criativas. “Em nosso projeto desenvolvemos as ferramentas do trade marketing focando em serviços e buscando a melhoria do relacionamento com os clientes de forma geral, sejam consumidores finais, vendedores ou associados ao Grupo Disal”, comenta.

O que diferencia o consórcio de um produto qualquer de varejo é que a venda de consórcio é reativa. “O consórcio não é um produto que é comprado, ele é vendido”. O total quase absoluto do volume de vendas é fruto de um trabalho do vendedor em “caça” ao cliente, baseado em argumentos que influenciem sua decisão e o seduzam a concretizar a



Luciana Precaro, diretora de vendas e marketing da Disal e sua equipe

compra. “O cliente que se dirige a uma concessionária com o objetivo de assinar um contrato de consórcio certamente enxerga nesse produto a única forma de viabilizar o desejo de ter um carro. Por isso desenvolver as ferramentas de serviços é tão importante”, completa Luciana Precaro.

Ávida por se manter na liderança de seu segmento, a Administradora precisou, portanto, acompanhar algumas mudanças de comportamento do consumidor e do mercado e adotar novas estratégias de consolidação de marca, vendas, precificação e promoção.

### Inovar para crescer

Baseando-se em pesquisas com a rede de concessionárias associadas, a equipe de marketing da Disal intensificou a integração e a comunicação com esses empresários e com suas equipes de vendas. “Entendemos que a Disal nasceu dos concessionários Volkswagen, mas que muitos desses empresários expandiram seus negócios e também atuam com outras marcas por meio de Grupos Econômicos”, relata Precaro.

Então, após quase três décadas atuando sob a marca Consórcio dos Concessionários Volkswagen, com o apelo “Todo mundo de Volkswagen. Com o consórcio você também pode”, a Disal também passou a atuar com a marca Disal Consórcio. O mote é “Compra planejada é com a Disal Consórcio” para atender a rede associada que também comercializa veículos de outras montadoras além de Volkswagen.

Porém, apenas criar uma nova marca não traria muito impacto. “A relação com a rede associada só faz sentido se é desenvolvida e sustentada por um conjunto de ações, levando em consideração os aspectos geográficos e culturais, de forma a maximizar as vendas, diferenciar o produto e agregar valor ao cliente no ponto de venda”, diz Precaro.



Laila Sol, gerente de marketing da Disal



Departamento de marketing da Disal

Muitas vezes, essas ações são decisivas para complementar as expectativas dos clientes, fazendo com que o consumidor decida-se pela administradora do consórcio.

Para a gerente de marketing, Laila Sol, nesse sentido, “o trade marketing da Disal sustenta a força de vendas atuando como agência de publicidade, disponibilizando um completo portfólio de peças de comunicação personalizadas, promoção, presença na web e treinamento, presencial e a distância”, comenta.

### Administradora independente

Após quase três décadas de atuação no mercado, a DISAL é nos dias atuais a maior Administradora de consórcio independente, no segmento de veículos leves, segundo o ranking do Banco Central do Brasil. Além disso, já contabiliza mais de 359 mil veículos entregues nesses 26 anos. Atualmente, oferece ao mercado uma carteira com cerca de 200 modelos das principais montadoras instaladas no país.

## HISTÓRIA

A Disal Administradora de Consórcios Ltda. foi fundada em agosto de 1988, pela união de capital de 72 concessionários Volkswagen, tendo a Assobrav (Associação Brasileira de Distribuidores Volkswagen) como líder desse processo. Com o nascimento da empresa, a Associação pretendia muito mais do que apenas implementar um novo canal de vendas para as concessionárias — seu objetivo era instituir um sistema de administração de consórcio transparente.